

VOGUE

ESPAÑA

ENERO
2025

5,95 €
ESPAÑA

LAS JEFAS
DE TODO
ESTO
Ana Rujas
Tíscar Espadas
La Tania

LA FIEBRE
DEL
MAGNESIO
*Cuándo, cómo
y por qué*

AMALIA

LIBRE

YVES SAINT LAURENT

EL EAU DE PARFUM ORIGINAL

YSLBEAUTY.COM L'ORÉAL FRANCE - SNC - 30 RUE D'ALSACE 92300 LEVALLOIS-PERRET, RCS NANTERRE 919 434 894.

YSLBEAUTY.COM

DUA LIPA

YSL





CHANEL.COM

CHANEL

FINE JEWELLERY



COCO CRUSH

HAY ENCUENTROS QUE LLEVARÁS PARA SIEMPRE.

ANILLO, PENDIENTES Y PULSERAS EN ORO AMARILLO, ORO BLANCO Y DIAMANTES.





CONSTELLATION 28 MM

JOYAS PARA MARCAR EL TIEMPO

Como la estrella a las seis en punto que proyecta una onda de luz por toda la esfera de la nueva colección Constellation, Kaia Gerber resplandece llevando el reloj de luminoso oro Moonshine™. Dos estrellas conjugadas en un equilibrio de luz y sombra, precisión y belleza.

Ω
OMEGA

VOGUE

ESPAÑA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
INÉS LORENZO

REDACTORA JEFE CECILIA CASERO

MODA
REDACTORA JEFE DE MODA SARA HERNANDO
ESTILISTAS MARTA BAJO, PATRICIA LÓPEZ
REDACTORAS NUALA PHILLIPS, NURIA LUIS, ALEXANDRA LORES
COMMERCE EDITOR MAYTE SALIDO

BELLEZA
ANA MORALES, VIOLETA VALDÉS, LAURA SOLLA

CULTURA
EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ, MARÍA QUILES

ESTILO DE VIDA
GARBIÑE CONTINENTE

SENIOR MANAGER AUDIENCE DEVELOPMENT MARINA VALERA
SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA ANA GÁNDARA

JEFE DE EDICIÓN Y CIERRE PEDRO SÁNCHEZ DE COS
ADAPTACIÓN Y TRADUCCIÓN ESTHER GIMÉNEZ
TALENT ASSOCIATE EDITOR INGRID DE LA PUENTE
SENIOR CONTENT OPERATIONS MANAGER BEATRIZ DE ASÍS
CONTENT OPERATIONS MANAGER LUCÍA PREGIGUEIRO
CONTENT OPERATIONS ASSOCIATE JUAN ALBERTO FUENTES
ADMINISTRACIÓN MARGARITA TOFIÑO
VISUALS EDITOR & PHOTO STUDIO DIRECTOR REYES DOMÍNGUEZ
VISUALS EDITOR JULIETA SARTOR

ARTE
NOEMÍ GARCÍA (JEFA DE MAQUETA), LORETO DOMÍNGUEZ

COLABORADORES
ALBA CORREA, DAVID GÓMEZ-MAESTRE, INEZ & VINOODH, MIKAEL JANSSON, ANTHONY SEKLAOUI, SENTA SIMOND,
PEPE LOBEZ, GUILLE SÁNCHEZ, YAGO CASTROMIL, PEPE HERREROS, SILVIA RETANA, ALICIA PADRÓN,
IB KAMARA, ALASTAIR MCKIMM, KATE PHELAN, HELENA CONTRERAS, BEATRIZ MACHADO.

CONDÉ NAST ENTERTAINMENT
HEAD OF PROGRAMMING & DEVELOPMENT MARCOS CHAMIZO
VIDEO DEVELOPMENT LEAD, VOGUE JULIA PÉREZ
PROGRAMMING LEAD DAVID FERNÁNDEZ
PRODUCCIÓN SARA RAMOS
EDICIÓN ALMUDENA MOLERO

PRODUCCIÓN
SENIOR PRODUCTION MANAGER ENRIQUE GRAU DÍAZ TRÍAS
FERNANDO BOHÚA, JUAN IGNACIO BOCOS

VOGUE GLOBAL
ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAÚL MARTÍNEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE EUGÉNIE TROCHU
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN TIFFANY GODOY
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA KARLA MARTÍNEZ DE SALAS
EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

EDITORIAL ADVISOR, BRITISH VOGUE & GLOBAL CREATIVE & CULTURAL ADVISOR EDWARD ENNINFUL

VICE PRESIDENT, GLOBAL HEAD OF CONTENT STRATEGY ANNA-LISA YABSLEY
GLOBAL OPERATIONS DIRECTOR LOUISA PARKER-BOWLES
GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH
GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES
GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS
GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM
GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY
GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE
GLOBAL BEAUTY & WELLNESS DIRECTOR JESSICA DINER
GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM
GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENSEI
GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTORS CAITLIN BRODY, SERGIO KLETNOY
GLOBAL DESIGN DIRECTOR AURELIE PELLISSIER ROMAN
EUROPEAN DESIGN DIRECTOR JAN-NICO MEYER
EUROPEAN VISUALS DIRECTOR JAMIE SPENCE
EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR VICTORIA WILLAN
ASSOCIATE DIRECTOR, INTEGRATED PLANNING MILLY TRITTON
ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

CHIEF BUSINESS OFFICER ELENA FERRERAS

FASHION AND LUXURY
DIRECTORA COMERCIAL DE VOGUE Y CATEGORY LEAD DE FASHION AND LUXURY CLARA MONTOYA
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, FASHION AND LUXURY LAURA CAPO, JUDITH MASES, GEMA CAMACHO

HEALTH AND BEAUTY
DIRECTORA COMERCIAL DE GLAMOUR Y CATEGORY LEAD DE HEALTH AND BEAUTY PATRICIA VEGA DE SEOANE
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, BEAUTY AND HEALTH SUSANA HERNÁNDEZ, NOELIA GONZÁLEZ, CAROLINA PÉREZ, MARÍA GIL DE BIEDMA

CULTURE AND LIFESTYLE
CATEGORY LEAD DE CULTURE & LIFESTYLE ESTHER GONZÁLEZ
DIRECTORA COMERCIAL DE GQ Y VF Y ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER FOR VICE AMAIA MURUAMENDIARAZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, CULTURE & LIFESTYLE ISABEL VALCÁRCEL, PALOMA GONZÁLEZ BLANCH, SANDRA PALOMO

HOME AND TRAVEL
DIRECTORA COMERCIAL DE AD Y CATEGORY LEAD DE HOME AND TRAVEL LAURA VELASCO
DIRECTOR COMERCIAL DE TRAVELER JOSÉ MANUEL MANRIQUE
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER VICTORIA ÁLVAREZ, ISABEL BELLOSILLO, SOFÍA JULIÀ

COORDINACIÓN FLOR BARBERO

DELEGADA ITALIA ELENA MARSEGLIA
DELEGADA NORTE ANA LÓPEZ

CONDÉ NAST COMMERCIAL CREATIVE SPAIN
DIRECTOR JORGE MADRID
HEAD OF CREATIVE MARKETING, PRODUCTION & DELIVERY MARÍA JIMÉNEZ
BRAND MARKETER RAQUEL PLAZA Y VERÓNICA MARTÍN MOLINA
DELIVERY MANAGER LAURA GARCÍA
PRODUCTION MANAGER RUTH VARILLAS
HEAD OF PUBLIC RELATIONS VERENA BUSTILLO
BRANDED EVENTS MANAGER MÓNICA GUIRAO

CONDÉ NAST EUROPE
MANAGING DIRECTOR EUROPE NATALIA GAMERO DEL CASTILLO
DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE ANITA GIGOVSKAYA
SVP PEOPLE EUROPE DAVID DE LA IGLESIA
VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE LINA CALZADO
HEAD OF LEGAL EUROPE DANIELLA PALLETI
DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS RAFAEL MARTÍNEZ
DIRECTOR, GLOBAL AUDIENCE PLANNING & OPERATIONS, EUROPE LUIS PERALTA

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
CONSUMER MARKETING DIRECTOR BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN
DIRECTORA FINANCIERA RAQUEL MARTÍN
DIRECTORA DE PEOPLE ANA RUIZ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN ALBERTO PEREIRA

PUBLICADO POR CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH
CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE
CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR
CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN
CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN
CHIEF COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG
CHIEF OF STAFF SAMANTHA MORGAN
CHIEF PRODUCT & TECHNOLOGY OFFICER SANJAY BHAKTA
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

EDICIONES
ALEMANIA AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, VOGUE ESPAÑA AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GLAMOUR, GQ, VANITY FAIR, VOGUE ESTADOS UNIDOS AD, ALLURE, ARSTECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIUS, GLAMOUR, GQ, LOVE, PITCHFORK, SELF, TEEN VOGUE, THEM, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED FRANCIA AD, GQ, VANITY FAIR, VOGUE INDIA AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE ITALIA AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED JAPÓN GQ, VOGUE, WIRED MÉXICO Y LATINOAMÉRICA AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE, WIRED ORIENTE MEDIO AD, CONDÉ NAST TRAVELLER REINO UNIDO CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED TAIWÁN GQ, VOGUE.

PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN
BRASIL GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO LICENCIA O COLABORACIÓN DE DERECHOS
ADRIA VOGUE AUSTRALIA GQ, VOGUE BULGARIA GLAMOUR CHINA AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, VOGUE COREA ALLURE, GQ, VOGUE, WIRED ESCANDINAVIA VOGUE FILIPINAS VOGUE GRECIA VOGUE HONG KONG VOGUE, VOGUE MAN HUNGRÍA GLAMOUR ORIENTE MEDIO GQ, VOGUE, WIRED PAÍSES BAJOS VOGUE POLONIA AD, GLAMOUR, VOGUE PORTUGAL GQ, VOGUE REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA VOGUE, WIRED RUMANÍA GLAMOUR SINGAPUR VOGUE SUDÁFRICA GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN TAILANDIA GQ, VOGUE TURQUÍA GQ, VOGUE UCRANIA VOGUE

EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012
IMPRESIÓN: ROTOCOBRII, RONDA DE VALDECARRIZO, 13. TRES CANTOS. 28760. MADRID. TEL. 918 031 676. SOBREPRECIO PARA CANARIAS: 0,20€.

PRECIO DE SUSCRIPCIÓN: 66 €. TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: +34 983 00 84 01

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP, MADRID 2024.

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
(PUBLICIDAD Y REDACCIÓN) PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11 28046 MADRID.

VOGUE ESPAÑA NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERTIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA SU CITA, REPRODUCCIÓN, EDICIÓN O TRANSMISIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO Y EN CUALQUIER SOPORTE SIN LA AUTORIZACIÓN ESCRITA DE EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. AUN CITANDO LA PROCEDENCIA. DIRÍJASE A CEDRO SI NECESITA REPRODUCIR ALGÚN FRAGMENTO DE ESTA OBRA: WWW.CONLUCENCIA.COM. DEPÓSITO LEGAL: M-25788-2012 / ISSN 0750-3849

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. ES UNA
EMPRESA SOSTENIBLE CERTIFICADA POR:



12 CARTA
14 HAN COLABORADO
EN VOGUE

16 TENDENCIAS
Siluetas rectilíneas, prendas arriesgadas y tonos pastel conforman la nueva estética 'ladylike' que cobra vida en la luminosa Mahón.

38 'SHOPPING'
Las prendas que conforman el fondo de armario impecable.

*En portada y abajo,
Amaia Romero lleva americana,
pantalón, camisa y corbata,
todo de EMPORIO ARMANI.*

*Fotografía: DAVID GÓMEZ-
MAESTRE. Estilismo:
Alicia Padrón. Peluquería: Franco
Gobbi (Streeters) para Fragile
Cosmetics. Maquillaje: Helene
Vasnier (Home Agency) para Victoria
Beckham Beauty. Manicura:
Martina Martínez. Atrezo: Cito
Ballesta. Ayudante de estilismo:
Alazne Torres. Producción en
localización: Carlota García-Velasco.
Producción: Sample.
Agradecimientos: Hotel Thompson
Madrid y Barceló Torre de Madrid.*

42 FIRMA
Abra, la marca de Abraham Ortuño, y su apuesta por la estética 'dosmilera'.

46 ARTESANÍA
La dana y sus efectos en el sector del abanico artesanal en la localidad de Aldaia.

AGENDA

49 MÚSICA
La Tania actualiza la copla en su primer disco, donde explora el desamor.

54 POESÍA
Sara Herrera Peralta nos acerca la figura de Louis Bourgeois con un ensayo y un poemario.

56 CINE
La directora María Trénor revoluciona el cine de animación con 'Rock Bottom'.

58 ANIVERSARIO
2025, el año del centenario del nacimiento de Carmen Martín Gaité.

BELLEZA

60 SALUD
El justificado furor por el magnesio, el mineral cargado de beneficios y del que hay una carencia generalizada.

64 HÁBITOS
Los productos perfectos para una piel sana con una limpieza facial diaria.

66 QUÍMICA
La eterna búsqueda del perfume que dure y deje rastro y su complejidad científica.

68 PSICO
Cómo encontrar el equilibrio entre comer sano y darse algún capricho ocasional.

70 CUIDADO
Con la llegada del invierno y del frío, las manos demandan un extra de atención.

72 MAQUILLAJE
Los productos multifunción y sus infinitas posibilidades.



Enero



- 74** FRAGANCIAS
La actriz Sophie Wild protagoniza la última campaña de Loewe Perfumes.

LIVING

- 76** ESPACIO
Alblanc, el proyecto floral de Noemí Iniesta que llega a Madrid tras conquistar Barcelona.

- 78** RESTAURACIÓN
El último fenómeno gastronómico se cuece en espacios privados y con las mujeres al frente.

MODA Y REPORTAJES

- 80** TODO EL MUNDO QUIERE A AMAIA
Amaia Romero presenta su tercer álbum, un trabajo que la lleva al siguiente nivel.

La bailarina Antonina Skobina lleva vestido de PROENZA SCHOULER. A su lado, Denys Drozdyuk, con quien hace dueto, con 'look' de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO.

- 92** ¿BAILAS CONMIGO?
Un ecléctico grupo de modelos y bailarines se mueven al ritmo de la música.

- 116** EL ARTE DEL BARRIO
La galería Belmonte y el apoyo a los nuevos creadores en el corazón de Carabanchel.

- 122** UN BUEN MOMENTO
Ana Rujas estrena en teatro 'La otra bestia' en un 2025 cargado de proyectos.

- 130** LA DÉCADA FABULOSA
Angelina Kendall recupera la estética sesentera en un Londres bullicioso.

- 144** A MANO ALZADA
Tíscar Espadas, ganadora de Vogue Fashion Fund, ya planea su próximo capítulo.

- 152** DE AYER Y DE HOY
El regreso de las 'top models' que conquistaron la pasarela en los 'dosmiles'.

- 162** EL DESEO
El bolso Mini Bagette de Fendi.



Amaia Romero lleva vestido y tocado, ambos de MOSCHINO; pendientes de GIVENCHY; pulseras y anillo (en el dedo anular), todo de BVLGARI; y anillo (en el dedo corazón), de TOUS ATELIER.

A

vecas, en el mejor de los casos, esto no es solo un trabajo de equipo; es mucho más. Una conjunción de pasiones, una eclosión de mil maneras de retratar el tiempo, una algarabía de imaginarios, un auténtico caos de opiniones. Mi gratificante tarea entonces no es otra que la de poner orden, buscando un hueco para la expresión de cada uno, dando forma a la explosiva creatividad que constituye la materia prima con la que juego. Es fácil cuando hay TALENTO, y en esta deliciosa comunidad que habita 'Vogue' es por fortuna

de las pocas cosas que tenemos en común. Enero es un número por y para celebrarlo. Arranca con AMAIA, una imprescindible en mi banda sonora vital y estrella emergente (lo de cantante ya se ha quedado pequeño) ante su año definitivo. Prosigue con ANA RUJAS, otro ser divino y multidisciplinar que apuntala de realismo mágico todo lo que toca. Continúa con TÍSCAR ESPADAS, ganadora de Vogue Fashion Fund y 'alma mater' de un universo creativo sísmico inédito en la moda española. Y culmina en LA TANIA, un fenómeno musical de reciente creación, de esos que en nuestra cabecera siempre queremos ser los primeros en capturar. No lo hacemos solos. Los mejores fotógrafos y estilistas de nuestro país (puedes conocerlos en COLABORADORES) también han venido a jugar y pelear por su visión. Qué fabuloso arbitraje el mío.

LANCÔME

PARIS

La vie est belle

LA NOCHE MÁS MÁGICA,
EL REGALO MÁS ESPECIAL

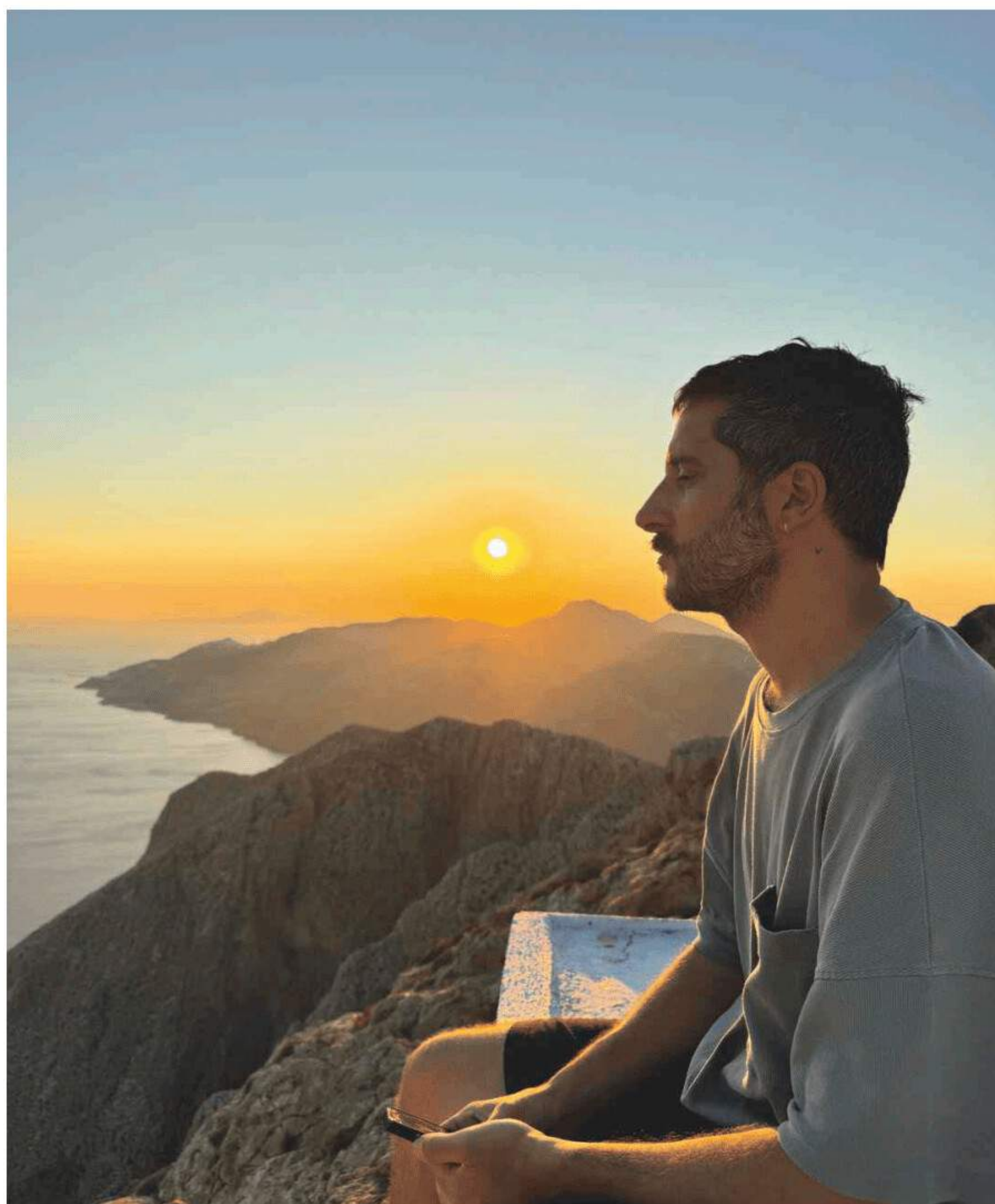
EL
ORIGINAL

NUEVO
L'ELIXIR



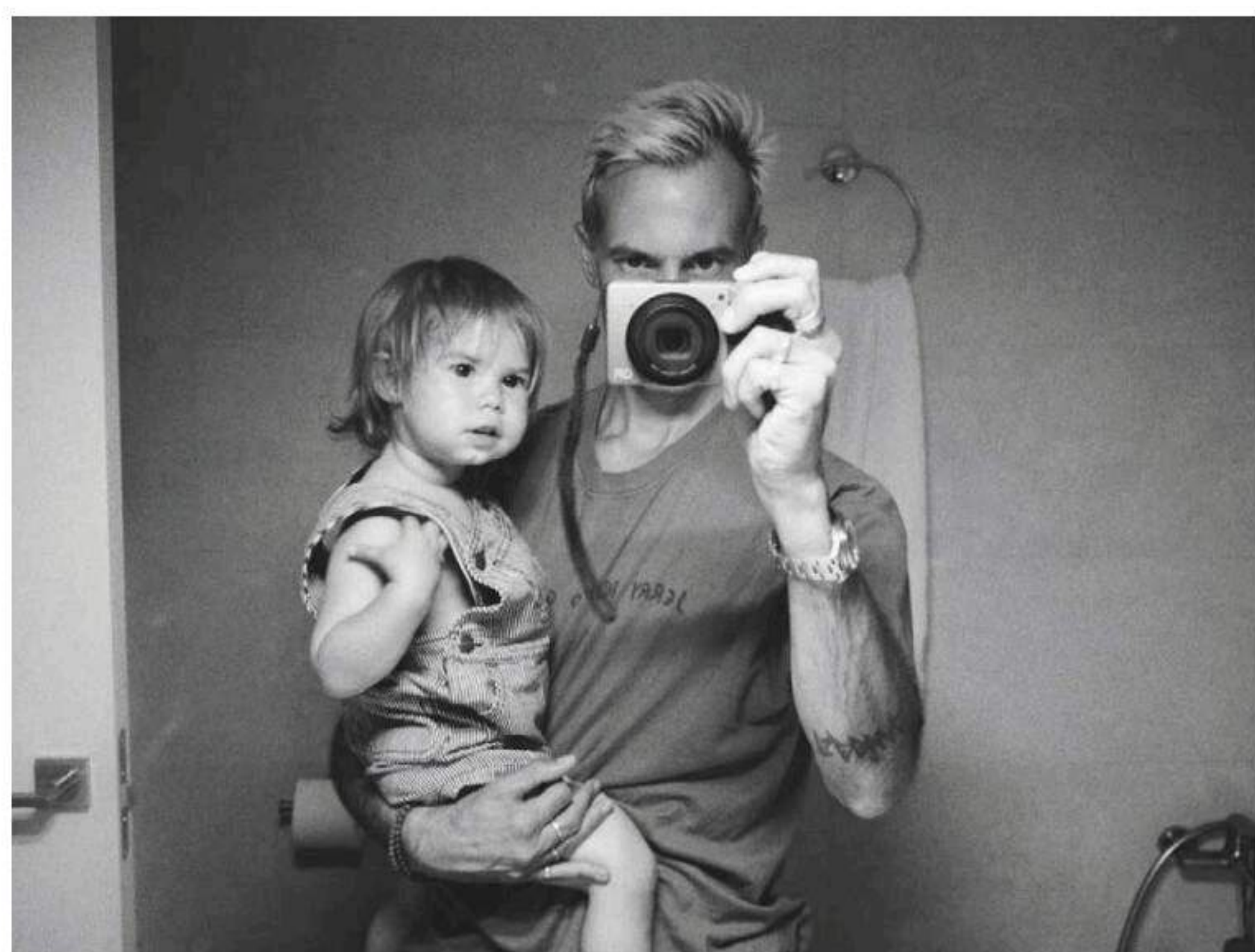
David Gómez-Maestre

El fotógrafo David Gómez-Maestre (Alicante, 1984) ha hecho de la poesía y el color sus señas de identidad, unas coordenadas que se dejan sentir también en la portada de esta cabecera, la primera de su carrera en *Vogue* España. “Da gusto trabajar con gente como Amaia, confió plenamente en nosotros y nos dejó llevarla hasta nuestro propio universo”, concede. *Todo el mundo quiere a Amaia.* ➔ 80



Alicia Padrón

De Central Saint Martins, en Londres, saltó a firmas nacionales como Bimba y Lola o Massimo Dutti hasta emprender un próspero e interesante camino en solitario. La inspiración estilística de Alicia Padrón (Madrid, 1986) ha hecho su magia en su primera portada para *Vogue* España. “Es imposible no enamorarse de la gran personalidad que derrocha Amaia. Se entrega a las ideas y sugerencias con su magnética espontaneidad”, afirma. *Todo el mundo quiere a Amaia.* ➔ 80



Pepe Lobe

El fotógrafo Pepe Lobe (Chiclana de la Frontera, 1988), colaborador habitual de esta cabecera, sabe a la perfección cómo manejar y jugar con la luz hasta convertirla en un elemento fundamental en sus imágenes. El madrileño parque de El Retiro y Ana Rujas han sido el combo perfecto para demostrarlo en este número. “En cuatro horas hubo risas, mucha gente corriendo, frío, calor y hasta vimos a un señor robando flores. Ana Rujas hace lo sencillo elegante”, comenta. *Un buen momento.* ➔ 122

Garbiñe Continente

Continente (Cortes, 1992) es periodista y editora de estilo de vida de esta revista. Este número firma, además, la entrevista de portada, un sueño cumplido para una fan irredenta de la artista como ella. “Estar detrás de una portada de *Vogue* habría sido un sueño en cualquier circunstancia, pero Amaia lo hace todavía más especial”, desvela. “Ha confirmado mis sospechas: la gente la adora”. *Todo el mundo quiere a Amaia.* ➔ 80



Helena Contreras

El universo estético de Helena Contreras (Barcelona, 1992) se construye bajo un aura dosmilera donde los pequeños detalles son una pieza fundamental. La estilista crea *looks* tan únicos y especiales como los que llevó la actriz Ana Rujas en las páginas de este número. “Nos conocemos desde hace años y esta sesión ha sido un reencuentro. Vestirla es un regalo para cualquiera”, reconoce. El resultado puede verse en *Un buen momento*. ➡ 122



Pepe Herreros

A una edad muy temprana, Pepe Herreros (Albacete, 1993) descubrió que capturar momentos era su pasión y ha trabajado duro durante años para construir su particular estilo. Inspirado por la fotografía documental, el manchego cuenta también con una paleta de colores muy reconocible. En las páginas de este primer número del año firma el reportaje de La Tania. “Ha sido como fotografiar a una amiga de toda la vida. Transmite una fuerza y calma ante la cámara que pocas veces he visto”, asegura sobre la artista. *El amor era esto*. ➡ 49



Yago Castromil

El fotógrafo Yago Castromil (Bastiagueiro, 1984) transmite una nostalgia actualizada a través de su lente y capta la belleza innata de quien está delante de ella. En esta ocasión, para el editorial de moda que arranca este número de enero, se ha trasladado hasta los alrededores de su recién estrenada casa en Menorca. “Fue muy especial poder mostrar la cara cotidiana y los espacios en los que vivo más allá de los paisajes típicos de la isla”. *Vida de pueblo*. ➡ 16



Guille Sánchez

Guille Sánchez (Cáceres, 1986) debuta en las páginas de *Vogue* España después de haber visto publicado su trabajo en revistas independientes como *Le Mile*, *Schön! Magazine* y *Modernroad* y para marcas de moda como Pull&Bear. “Fotografiar a Tíscar Espadas ha sido muy especial”, confiesa, al tiempo que opina que la enseña liderada por la última ganadora de Vogue Fashion Fund “es una firma con mucha identidad y personalidad. Me atrevería a decir que es hasta una forma de expresión”. *A mano alzada*. ➡ 144

Rolf lleva abrigo, top, falda, cinturón, bolso Buckle de piel y medias, todo de PRADA.



VIDA *de* PUEBLO

*En las luminosas calles de MAHÓN,
la estética 'LADYLIKE' se reinventa con nuevas siluetas
rectilíneas, prendas más ARRIESGADAS,
como los microtops, y unas tonalidades
PASTEL tan dulces como osadas.*

Fotografía YAGO CASTROMIL.

Estilismo BEATRIZ MACHADO.



*Chaqueta, 'shorts'
y sombrero, todo de
LORO PIANA; top
de LEVI'S; y bailarinas
de AQUAZZURA.*

LA BALEAR

76

BON DIA I SALUT



*Abrigo, top y falda,
todo de ALAÏA; pendientes
de TOUS; y bailarinas
de LATOUCHE en
EL CORTE INGLÉS.*

*Bómbier de LOEWE;
y falda de tafeta, de
H&M STUDIO.*



*Top, 'culotte', zapatos
y collar, todo de
CHANEL; y medias
de CALZEDONIA.*





*Jerséis de BLAUER;
falda de DIOR;
zapatos de VICTORIA;
y pendientes de
VALENTINO
GARAVANI.*

*Camiseta de MANGO;
cárdigan de ZARA;
'shorts' de EMPORIO
ARMANI; zapatillas de
CAMPER; collares de
oro, ambos de RABAT; y
calcetines de CÓNDOR.*





Polo y 'shorts', ambos de FENDI; chaqueta de piel, de FERRAGAMO; y pendientes de TOUS.



*Camiseta, camisa,
falda, chaqueta,
americana y 'shorts',
todo de RABANNE.*

*Vestido y bolso, ambos de
LOUIS VUITTON; y
mocasines de SEBAGO.*





*Chaqueta y falda, ambas
de DRIES VAN NOTEN;
jersey de GUESS; zapatos
y anillo, todo de BIMBA
Y LOLA.*

*Gabardina vaquera, de
ISABEL MARANT;
jersey de GUESS; falda
de DESIGUAL; bolso
de ZARA; collar de
eslabones, pendientes y
anillos, todo de TOUS.*





Camisa rosa, de
WOOLRICH; camisa
de pana verde, de
SOUTHERN COTTON
en EL CORTE INGLÉS;
falda de encaje y cinturón,
ambos de MICHAEL
KORS COLLECTION; y
zapatos de JIMMY CHOO.

Maquillaje y peluquería:
Jose Carlos González (Uno
Artists) para Dior Beauty
y Salon 44. Ayudante de
fotografía: Marcos Jiménez.
Ayudante de estilismo:
Diego Serna. Modelo:
Rolf (Francina Models).
Agradecimientos: Hotel
Cristine Bedfor.



YSL LOVESHINE

YVES SAINT LAURENT



YSLBEAUTY.COM

DUA LIPA

LABIAL EFECTO BRILLO MOJADO

UN BUEN BÁSICO

Prendas perdurables, como las AMERICANAS; tonos discretos (GRIS MARENGO) y estilos que regresan –léase, el ‘BOHO’– para un FONDO DE ARMARIO impecable.



1. Chaqueta de ante, de GUCCI. 2. Pendientes de oro amarillo con diamantes, de SUAREZ. 3. Pantalón de H&M STUDIO. 4. Bolso Olby de piel, de MICHAEL MICHAEL KORS. 5. Jersey de lana, de GUESS. 6. Mocasín de piel, de TOMMY HILFIGER.

PRADA PARADOXE

THE REFILLABLE
FRAGRANCES



THE NEW FLORALITY

SCAN AND EXPLORE THE PARADOXE



EMMA WATSON



'Look' de Miu Miu a la entrada de su desfile de primavera-verano 2025 en París.



1. Botas Shark Lock de 'denim', de GIVENCHY.
2. Anillo de oro amarillo, de ECH JEWELRY. 3 y 4. Chaqueta y falda de cuero, ambas de EMILIA WICKSTEAD.
5. Botas de piel, de ACNE STUDIOS.
6. Bolso Alma efecto Monogram Miroir, de LOUIS VUITTON.



BOTAS ALTAS

Pero no mucho. El efecto 'PRETTY WOMAN' se reemplaza por uno más DISCRETO y todoterreno.

MÁS DE ESTE ESTILO EN vogue.es

MUGGLER



ALIEN

HYPERSENSE

THE NEW REFILLABLE
EAU DE PARFUM

GRIS MARENGO

*En 'total look' o
COMBINADO con otros
tonos como el verde, se
ADAPTA a todos los estilos.*



1



2



3



5



4



6



*Superposiciones
en este estilismo
donde se impone
el color gris.*

1. Gorra de VOGUE COLLECTION.
2. Plumífero de BLAUER. 3. Bolso Puzzle de piel,
de LOEWE. 4. Falda de CAMALEÓNICA.
5. Reloj Oyster Perpetual GMT-Master II, de
ROLEX. 6. Zapatillas TC 7900, de NIKE.



LABIOS VOLUPTUOSOS

Tratamiento de labios experto

Este sedoso tratamiento intensivo va más allá del cuidado e hidratación de los labios. Actúa en la zona perioral para mejorar visiblemente la definición del contorno de los labios, suavizar las líneas verticales de los labios mostrando unos labios más voluptuosos y definidos.

Cuidado para el día y nutrición para la noche. Disfruta de unos labios seductores, nutridos y genuinamente voluptuosos.

TOTAL LIP TREATMENT

  [sensai-cosmetics.com](https://www.sensai-cosmetics.com)



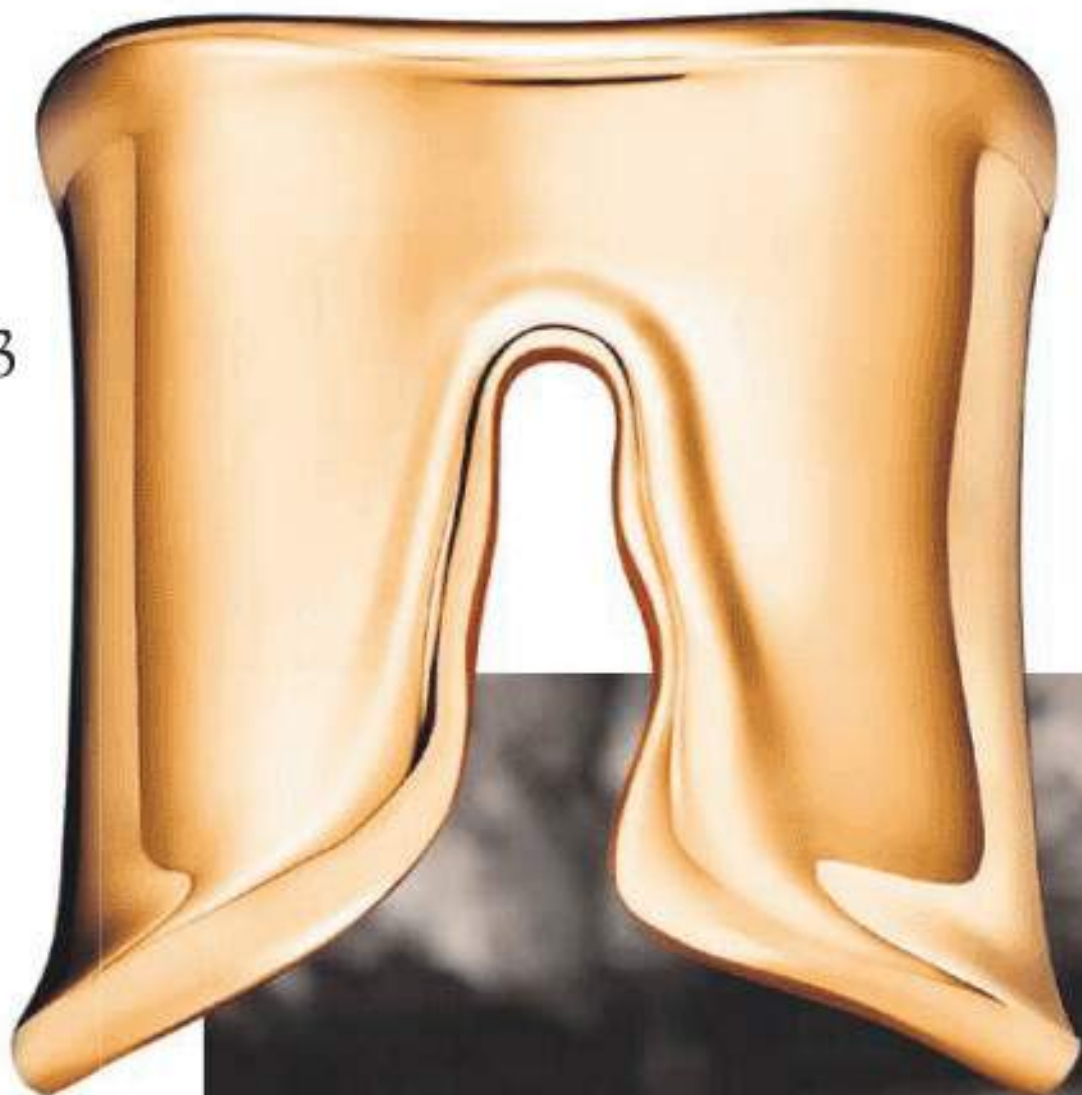
Scan to check
your skin condition



2



3



4



5



6



‘LADYLIKE’

BOLSOS DE MANO, *faldas con vuelo* y JOYAS contundentes para un estilo que no pasa de moda.



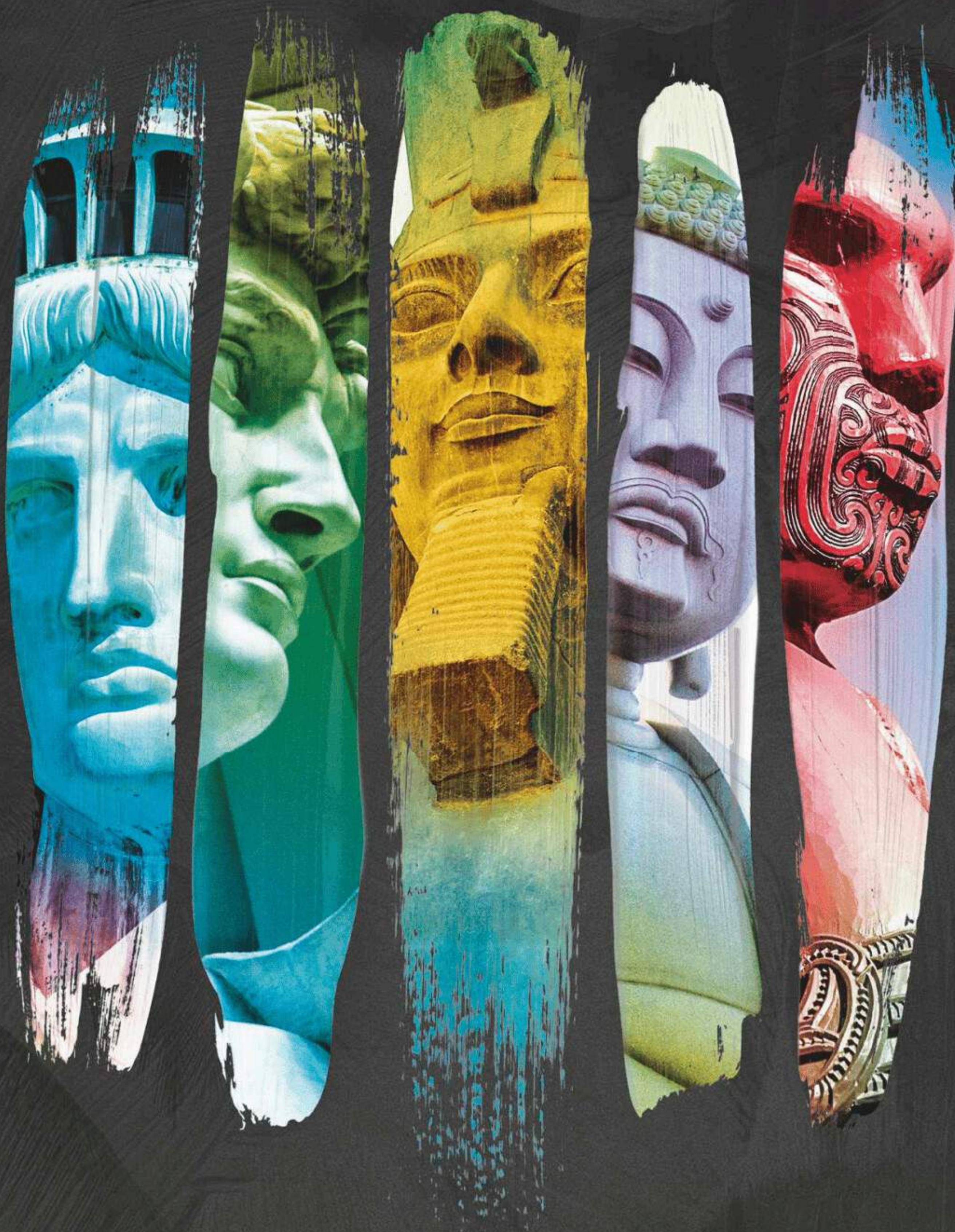
Gafas de pantalla, bolsos de Hermès y una falda única.

1. Gafas de sol Yevy, de RAY-BAN. 2. Jersey de cachemir, de FALCONERI. 3. Anillo Split de oro, de ELSA PERETTI PARA TIFFANY & CO. 4. Gafas de sol Jean, de PERSOL. 5. Falda de seda y lana, de TOTEME. 6. Bolso Galleria de piel, de PRADA.



TOURMUNDIAL

Premium



Nuevo catálogo Hello World 2025

Una cuidadosa selección de hoteles para los viajeros más exigentes, con traslados privados, excursiones únicas y los mejores vuelos.

Una propuesta con cuatro tipologías de producto: Premium, Elegidos, Viajes de Autor y Viajes de Novios. Un producto diferente y revolucionario para los viajeros que busquen experiencias únicas.

Más información en tu agencia de Viajes El Corte Inglés



Consulta aquí
nuestro catálogo
Hello World
Premium 2025

VIAJES *El Corte Inglés*
Cuando viajes, viaja



Sarah Harris
con americana,
vaqueros y
sandalias.



1



2

- 1. Americana de MAJE.
- 2. Bodi de CHANTELE.
- 3. Bolso de LOLA CASADEMUNT BY MAITE.
- 4. 'Blazer' cruzado de MANGO.
- 5. Vaquero de BIMBA Y LOLA.
- 6. Bailarinas de FERRAGAMO.



3



5



4



6

MÁS DE
ESTE
ESTILO EN
vogue.es





Un ramo de flores CAPAZ DE CAMBIAR VIDAS

Está científicamente demostrado que las flores hacen que te sientas mejor, porque son símbolo de vida, de amor y de nuevas oportunidades. De hecho, con su color, olor y simetría marcan algunos de los momentos más profundos de nuestras vidas: desde el comienzo de una historia de amor hasta como agradecimiento, pasando por la despedida de un ser querido... Sin embargo, Flores Solidarias quiere ir más allá y darle un significado todavía más potente al acto tan sencillo de regalar flores, llegando a cambiar la vida real de una persona que se encuentra en una situación de vulnerabilidad.

Fundada por los emprendedores Arturo Grau y Mateo Blay, Flores Solidarias no solo pretende adornar un rincón especial de nuestro hogar con sus flores frescas, sostenibles y seleccionadas directamente



~ FLORES CON CORAZÓN Y SOLIDARIDAD

Tal y como dicen desde la iniciativa de Flores Solidarias, puedes comprar flores, o comprar flores y además ayudar a los demás. Y es que cada pequeño gesto puede marcar una gran diferencia para alguien que lo necesita.

de agricultores locales, también ayuda a proporcionar una nueva oportunidad a las personas sin hogar, ofreciéndoles trabajo y facilitándoles el acceso a una vivienda, contribuyendo así al desarrollo de una sociedad más justa y equitativa. El proyecto colabora con entidades locales como el Centro de Atención a los Sin Techo y la Asociación Natania, permitiendo a sus beneficiarios ganar experiencia laboral en un entorno seguro para ellos. Aunque puedes comprar

un ramo de manera ocasional, al suscribirte a Flores Solidarias, las flores que recibirás de manera recurrente representarán más que un detalle decorativo; son un símbolo de esperanza y un recordatorio del poder transformador que el arte floral puede tener en nuestras vidas y en las de aquellos que nos rodean ♣

1



2



OTRO 'BOHO'

Más DISCRETO, en el que el tejido VAQUERO y las piezas de bisutería DORADA juegan un papel principal.

3



4



5



6



- 1. Cárdigan con lentejuelas, de MISSONI.
- 2. Merceditas de LATOUCHE en EL CORTE INGLÉS.
- 3. Pantalón vaquero, de STELLA McCARTNEY.
- 4. Diadema de CHANEL.
- 5. Nano Baguette, de FENDI.
- 6. Anillo Sabina, de HISSIA.



'Total look' de Chanel a la entrada de su desfile en París.

VOGUE

COLLECTION



COMPRA AQUÍ



SHOP.VOGUE.ES

Lo nuevo de *Vogue Collection* celebra el encanto del estilo universitario con **prendas icónicas perfectas** para el otoño.

A full-length photograph of a woman with dark skin and her hair styled in a bun, wearing a white sleeveless dress and dark pointed-toe shoes. She is laughing heartily with her head tilted back and hands on her hips. The background is a plain, light-colored wall.

PASARSE EL JUEGO *(de la moda)*

*La firma alicantina ABRA
nos acerca a la NOSTALGIA
de los comienzos de este siglo,
valiéndose de un 'savoir faire'
propio que confía en la
ARTESANÍA LOCAL.
Por ALEXANDRA LORES.*

*Azwet Aleu lleva
vestido Papery
zapatos Mary Jane,
todo de ABRA.*

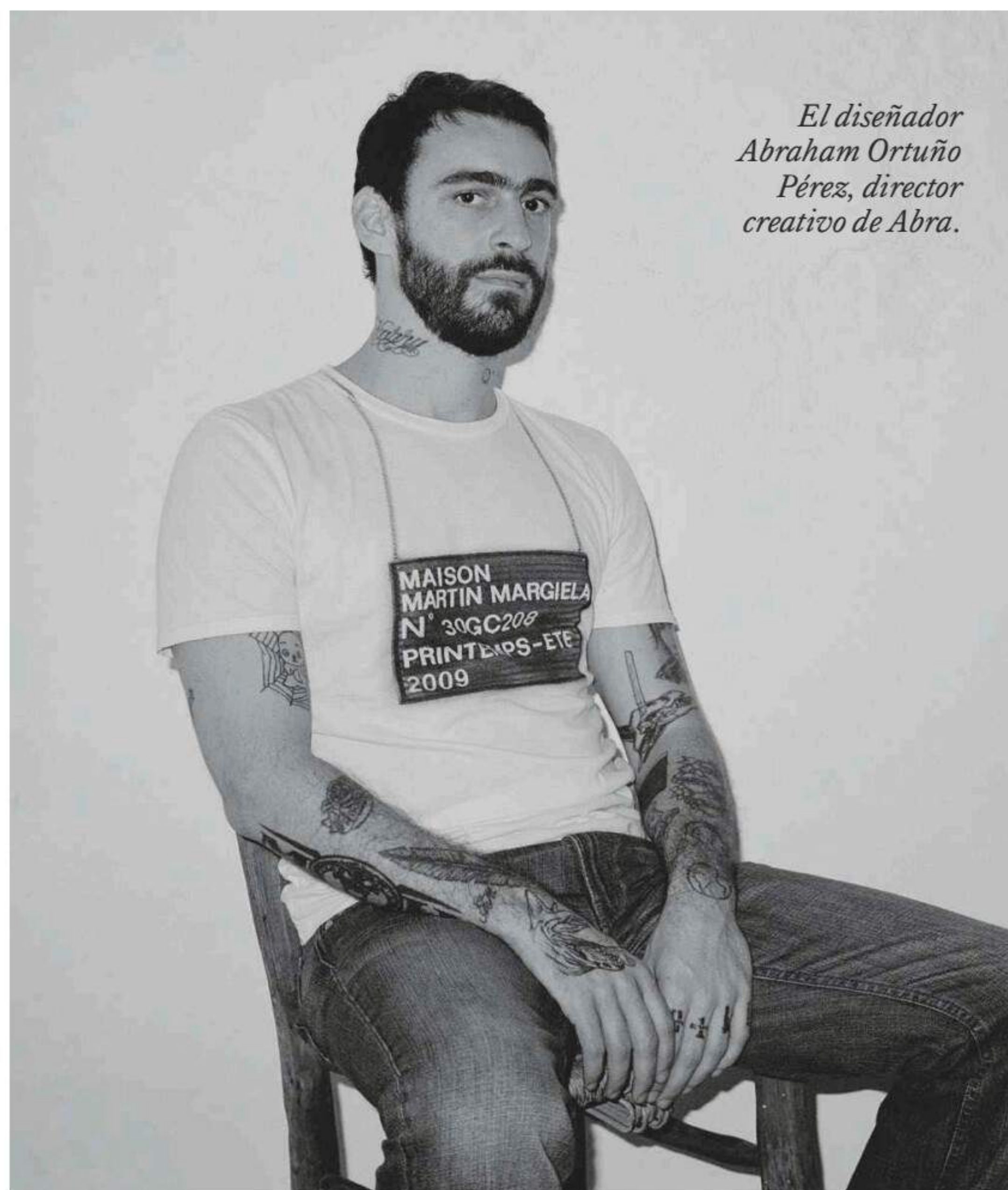
A

El diseñador
Abraham Ortuño
Pérez, director
creativo de Abra.

costumbrados a la línea recta, donde apenas hay lugar para la improvisación, resulta esclarecedor comprobar que hay otras maneras de alcanzar un objetivo personal. La de Abraham Ortuño Pérez (Elche, 1987) –artífice de Abra y creador de algunos de los zapatos más deseados últimamente– fue la senda que todas las mentes creativas sueñan con transitar; en donde (casi) solo hay lugar para la ilusión, los mentores generosos y el desenfreno más fructífero. “Me encanta pasar el domingo en la cama dibujando, a pesar de que mi novio lo sufre”, bromea el modisto durante una videollamada desde París. “Yo a los cinco años ya sabía que era diseñador”, añade con naturalidad y sin un ápice de arrogancia. Aquel niño que había nacido en San Felipe Neri, una pedanía entre dos pueblos que durante ese año dio la bienvenida a un único bebé, pasaba las horas convirtiendo a sus profesoras en muñecas manga. O leyendo y recortando las revistas de moda que compraban sus primas mayores. Aquellas mujeres, que trabajaban en el restaurante de comida de caza de sus padres y vivían en su casa, fueron algunas de las figuras femeninas que influyeron en el imaginario de Abra. “Eran chicas jóvenes que habían venido desde Castilla-La Mancha. Yo era el más pequeño, tendría como diez años, y ellas eran una referencia para mí”, rememora el creativo.

También fueron piezas clave en su educación sentimental y artística otras mujeres de la familia. Su hermana, también mayor que él, lo defendía en el colegio cuando la ocasión lo requería y ejercía de perfecta compinche para disfrutar de las películas de animación que llegaban a ellos a través de su padre, un fan irredento del género. “Veíamos *Ghost in the Shell* y la versión de *El señor de los anillos* de los años 70. Nos flipaba el futurismo, los videojuegos, todo lo japonés...”, continúa. Con todo, los dos eran muy diferentes. Al menos, en cuanto al aspecto. “Yo era muy mariquita, muy extravagante, me encantaba ir de colores pastel y con el pelo superlargo... parecía una niña. Y mi hermana era todo lo contrario, un chicote con camisetas de fútbol”, detalla. Cada uno podía ser como quisiese porque compartían padres poco convencionales, que favorecían la creatividad y el juego, y tampoco reprimían sus deseos. “Me compraban Barbies y Polly Pockets. Siempre tenía todos los juguetes”, recuerda Abra con una sonrisa. A su alrededor, había otras figuras también alentadoras: “Mi abuela era increíble, me enseñó a coser”. Pero aquel joven, que no quería estudiar, acabó sintiéndose frustrado tras repetir curso varias veces. Entretanto, pasaba los veranos en Roma con su tía, que había sido representante de calzado en Elche y solía vestir muy ochentera. “Íbamos a las rebajas de Dolce & Gabbana”, rememora el diseñador, que volvía a su pueblo con unos estilismos que nadie conseguía descifrar.

Aquella incompreensión empezaría a desvanecerse al mudarse a Barcelona, donde empezó trabajando como dependiente mientras estudiaba patronaje y hacía algunos trabajos como ayudante de estilismo. El resto del tiempo lo pasaba de fiesta junto a sus amigos, con los que se hacía *looks* de lo más extravagantes. Y fotos, muchas fotos. “Nuestro rollo era supergay. Íbamos con *bombers* con *glitter* y escuchábamos electropop e italo-disco”, ilustra. Hasta que un día apareció David Delfín y, con él, llegó Madrid. “Le hice de modelo. Me hacían siempre el mismo



pelo, el que Bimba llevase en ese momento”, comparte. Fue el comienzo de una carrera que acababa de despegar. “Recuerdo que él me alentó a que me atreviese con esto porque yo era muy acomplejado. Mis mejores amigos habían estudiado diseño y me decían: ‘¿Crees que es tan fácil ser diseñador?’”, revive. Aquel aval dio pie a una colección sufragada por Delfín que no se comercializó. “No quería depender de nadie, así que dejé la noche madrileña y volví a casa a estudiar patronaje. Cuando ya estaba listo para diseñar de verdad me fui otra vez a Barcelona”.

Esta nueva etapa empezaría con Abra como asistente de la veterana diseñadora de accesorios Elena Cardona, que se convertiría en su principal mentora. Por la mañana, trabajaba en una tienda de Las Ramblas; por la tarde, diseñaba para Hermès. “Lo hacía por amor al arte; no cobraba, pero quería aprender”, explica. Al cabo de tres años, aquella maestra hizo todo lo posible para que su aplicado alumno estudiase en la prestigiosa escuela parisina IFM. “Yo me creía que tenía 17 años, con amigos nuevos y yendo al cole todos los días. No hablaba casi inglés y ni siquiera sabía que tenía que pagar mis estudios, pero al final les demostré que no tenía ingresos y conseguí la beca”, comparte. Fueron meses de dormir en sofás ajenos y de sentirse (de nuevo) incomprendido en el ámbito académico, pues sus diseños resultaban demasiado conceptuales. “Es que esto no es un bolso, es que esto es una idea para un bolso”, evoca. “Entonces, acababa de salir Jacquemus y yo ya hacía bolsos en España, así que me dijeron: ‘¿Quieres ayudarlo? Porque en el sistema escolar no encajas’. Para mí, fue un sueño saltarme todas las becas e ir directamente a trabajar”, confiesa. Les ofreció diseñar sus zapatos, que también se producirían en Alicante, y surgieron los salones Les Ronds Carrés, el bolso Le Haricot... Hasta entonces, Jacquemus solo vendía ropa.

Al poco, llegaría Givenchy y un sueldo de 5.000 euros mensuales –hasta entonces, había realizado tres colecciones para la insignia francesa por una tercera parte de ese dinero–. “Yo les dije que sabía hacerlo todo, pero no era verdad. Me tiré a la piscina y fue un éxito”, revela. Luego, Kenzo; después, Paco Rabanne. Y



*Chaqueta Wet,
falda de cuero y
sandalias, todo
de ABRA.*

por último, Coperni y la certeza, una vez más, de que sabría darles a los diseñadores –Sébastien Meyer y Arnaud Vaillant– exactamente lo que ellos buscaban. “Cuando trabajas con gente que conoces un poco es muy fácil llegar a eso que quieren. Unas Navidades en Tokio me encontré con un rastrillo en donde vendían todo a cinco euros. Me fijé en la punta de un tacón de un zapato de plástico y de ahí salió la bota Bridge”, asegura. Ortuño reconoce que es bueno analizando los códigos de una marca y creando diseños que formarán parte de ella colección tras colección. “No se trata de mirar a otras enseñas y de hacer tu versión, se trata de trabajar desde cero. Como los zapatos con el cuadrado y el círculo de Jacquemus. Pensé: vamos a dibujarlos como si fueran hechos por un niño. Se trata de simplificar al máximo una idea”.

Ya dominado el negocio, llegó el momento de lanzar Abra. Por fin. “Cuando presenté la primera colección en Dover Street Market, la gente ya me conocía. Les encantó aquella estética como de oficina que entonces no estaba haciendo nadie. Estaba la gente más *cool* de mundo”, anuncia. Desde entonces, dos colecciones por año y la creación de un sello muy personal, con todo lo que eso implica. “Seguimos siendo muy pequeños e independientes, no tenemos un gran *showroom* detrás de nosotros haciéndonos la comunicación. Además, París es muy *hardcore* para las marcas, tienes que probar que eres consistente y sobre todo tienes que ser francés”, expone. Con un panorama así, no es fácil hacerse notar. “Somos cinco personas, pero al final soy yo. Yo pago todo, yo me encargo de los envíos... Estoy haciendo todo lo que puedo para que esto siga adelante”, reconoce. “En el último *show* me gasté 20.000 euros, pero jugamos al mismo nivel que las firmas que

invierten millones; estamos expuestos ante la misma gente”. Su última propuesta, también presentada en París –en donde el diseñador vive desde hace una década–, amalgama sus recuerdos y pasiones fundamentales. “Me gustan los 2000, pero también cosas de los 90 y los 80 que me impactaron mucho de pequeño”, ahonda. “Abra es muy personal; cada colección que hago representa una etapa de mi vida”. La de primavera-verano 2025 homenajea esas imágenes de su adolescencia. “Para mí, el verano es estar siempre de vacaciones, en bañador, viajar... Cuando voy a España, quiero llevar ese tipo de ropa que me recuerda un poco a las series de Disney Channel o a *Las gemelas de Sweet Valley*. Intento transmitir un poco de esa emoción nostálgica a la gente de mi generación; lo hago para nosotros, ¿sabes?”, desarrolla. También se percibe en sus diseños ese gusto por el bricolaje y el dominio del oficio. “Les hacía vestidos a las Barbies con globos o con lo que fuera, así que pensé: ¿Por qué no hacemos maquetas con recortes de revista y los maximizamos?”. Y bolsas de plástico en los pies y otras de publicidad que ahora se estilizan. “La idea es coger algo como supercutre y hacerlo como de superlujo”, sentencia. Un imaginario propio que compagina con el diseño de zapatos para JW Anderson y Jacquemus, con el que ha vuelto a trabajar desde hace dos años. “A ojos de los grandes cargos de LVMH, ellos saben que yo sé hacer dinero. Si alguien me quiere para eso, puedo hacerlo. He hecho cosas muy baratas para gente muy importante y eso me ha dado mucha credibilidad”, arguye. “Aquellos a los que más admiro me dicen: ‘No pierdas el tiempo con tu marca, céntrate en los zapatos porque vas a llegar muy lejos’, confiesa, sin pensar por un segundo en tomar esa senda.

*“Los grandes cargos de LVMH saben que yo sé hacer DINERO.
Si alguien me quiere para eso, puedo hacerlo.
He hecho cosas muy baratas para gente muy importante
y eso me ha dado mucha CREDIBILIDAD”.*



*Top y falda Poster y
tacones Mary Jane de
piel, todo de ABRA.*

Vivir SIN AIRE

*La localidad valenciana de ALDAIA
atesora una histórica tradición
ARTESANA alrededor del ABANICO.
Ahora, la DANA ha hecho estragos tanto
en los talleres como en el MUSEO que
vela por su legado. Por NURIA LUIS.*

C

iento cuarenta años de historia para que todo quede destrozado en tres o cuatro horas”, medita Macarena Andrés al otro lado del teléfono. El suyo, Abanicos Andrés Pascual, es uno de los negocios del sector con mayor solera de Aldaia, una población valenciana cumbre en la producción de un accesorio que sustenta más de veinte empresas desde hace generaciones. Tras la gota fría de finales de octubre este pueblo de 31.000 habitantes también ha sido uno de los más afectados por la dana. El hecho de que el barranco de la Saleta atraviese la población ha hecho que los aldaïenses estén relativamente acostumbrados a las inundaciones: desde aquella fatídica y tan mencionada riada de octubre de 1957, han pasado por varias, entre ellas una catastrófica en el año 2000. Esta de 2024 ha hecho que varios talleres dedicados al abanico queden arrasados debido a su proximidad al *barranquet*, como allí lo llaman. “El tsunami de barro arrasó prácticamente con todo”, comenta Andrés para *Vogue España*. “En mi casa entraron unos cinco dedos de agua, pero en el taller llegó al metro y medio. Yo ahora tengo el local diáfano, he podido rescatar unas cuantas estanterías metálicas que quedaron ancladas a la pared. Pero ni sillas, ni mesas, ni ordenadores. El género voló por los aires. Estaba preparando algunos pedidos que tenía para servir y, en fin, me he quedado a medias”. Uno de los aspectos que más lamenta esta artesana es la posible pérdida del legado familiar: su bisabuela Carmen era teladora y su bisabuelo Salvador, varillajero, dos profesiones que resultan clave en el montaje de un abanico. Al casarse, decidieron emprender y crear su propia empresa, allá por 1880. Hoy Macarena y su hermana representan la cuarta generación abaniquera especializada en este histórico complemento.

Un caso similar sucede con Abanicos Burriel. Este año la empresa cumpliría 60 años por todo lo alto de no ser por los estragos que han provocado las lluvias en este local fundado en 1964 por Salvador Burriel y su mujer, Pilar Castellano. “De lo que teníamos fabricado hemos perdido prácticamente todo”, sostiene Daniel Burriel, quien junto a su hermano Javier asumió el relevo de sus progenitores al frente del taller. Su sobrina Noemí integra la tercera generación de un oficio que lleva en la sangre. Afortunadamente, las inundaciones no llegaron a las dos tiendas que la compañía tiene en Valencia. A ambos hermanos la riada les sorprendió en casa, pero Noemí se tuvo que quedar a dormir en el piso superior de la fábrica, ya que no pudo salir. Se sienten aliviados por no

sufrir daños a nivel personal, pero en el ámbito material las consecuencias van más allá del género que producen: “La maquinaria que usamos para hacer abanicos es muy específica y no se puede comprar en cualquier sitio, pero creo que vamos a poder restaurarla o repararla”, apunta Daniel. “Lo que buscamos es que todo esto se normalice para empezar a producir y vender. Es la única forma que tenemos de salir adelante”.

Como cuenta Macarena Andrés, las empresas abaniqueras son muy familiares y nutren un reducto de la artesanía muy concentrado en Aldaia, Alaquàs y un poco en Godella. “Incluso a los que no les ha entrado ni una gota de agua en su local también esto les afecta porque somos un sector muy pequeño y dependemos los unos de los otros”, comenta, también en calidad de presidenta del Gremio de Maestros Abaniqueros de Valencia. Esta asociación, única en España, concentra varias de las iniciativas más históricas de la localidad, pero existe a su alrededor toda una red de autónomos con los que colaboran estrechamente y que, lógicamente, también se verá afectada. “Muchas de las labores se hacen en talleres externos”, describe Andrés citando, por ejemplo, el trabajo de calado de los abanicos que ella suele subcontratar. A esta especialidad se le suman otros oficios que integran el proceso de elaboración, como los pintores o los fondistas (lacadores). “Todas son empresas satélite muy complementarias. Sin ellas no tendríamos todo lo que necesitamos porque los elementos de un abanico, a la vez que variados, son muy concretos”. Hubo un tiempo en que algunas casas artesanas sí que podían tener este tipo de empleos dentro de su estructura, pero hoy esas mayores envergaduras son más bien escasas. En Abanicos Artesanos Guzmán, su responsable Carlos Taberner dejó de contar con este tipo de contratos a medida que su plantilla se fue jubilando. Hoy él representa el único integrante de un negocio que fundó Manuel Guzmán, el padre de su suegro, a principios de la década de 1930.

Al hacer frente a este tipo de catástrofes, tanto la edad de los artesanos (y la común falta de relevo generacional) como el tamaño limitado de estos equipos dificulta enormemente dar continuidad a la herencia abaniquera. “Yo solo no puedo”, se muestra tajante Taberner para esta cabecera. Este experto describe como “dantesco” el panorama que se encontró al día siguiente en su taller, donde entraron hasta dos metros de agua “como un elefante en una cacharrería”. Aquel día se le ocurrió poner las compuertas, un mecanismo habitual de los edificios en zonas inundables que se encuentra anclado y precintado a las puertas, para evitar que entre el agua. Por suerte, el temporal le pilló fuera de la fábrica, pero su taller quedó anegado por el fango. “Anímicamente siento que he salvado la vida, pero me han quitado la piel a tiras”, afirma. “En mi caso he perdido hasta el muestrario, así que no puedo salir mañana a enseñar mi género a los clientes para rehacerme poco a poco e ir comprando material para poder continuar”. Si algunas perspectivas como la de Macarena Andrés pretenden estar funcionando “a todo gas” para el verano que viene, en el caso de Taberner la incertidumbre es absoluta. “Esta campaña ya la hemos perdido”, medita. “Sería empezar a trabajar para vender en 2025 y servir a partir de 2026. Yo no puedo estar año y medio, cerca de dos años, metiendo dinero sin tener ingresos. Mi corazón me dice que siga, pero mi cabeza me dice: ‘¿Dónde vas, loco?’. Eso no hay cartera que lo resista, y menos sin ayudas reales”.

A nivel de gremio, Macarena Andrés reconoce que han recibido apoyo por parte del Centro de Artesanía de la Comunidad Valenciana, que les ha cedido un pequeño espacio en el sótano en caso de necesitar un taller con el que empezar a funcionar. A título personal, se están tratando de ayudar los unos a los otros, pero no es suficiente. “Seguramente hay compañeros que vayan a cerrar la empresa. Si les dieran ya las ayudas, quizá podrían continuar, pero igual tardan entre dos o tres años en recibirlas”, sostiene Daniel Burriel. El asunto se encuentra en manos de los gestores,

dice Carlos Taberner, pero por el momento solo les hablan de préstamos ICO (líneas de financiación públicas con unas condiciones y cuotas muy específicas a la hora de su devolución) y ayudas a devolver. “Si a mí me dan una ayuda de 6.000 euros y la tengo que devolver en tres meses, por ejemplo, no puedo asumirla. En ese tiempo no he arrancado ni he tenido ingresos por ningún lado”, comenta el regente de Abanicos Artesanos Guzmán.

Aunque cada empresa ha ido cubriendo un nicho de mercado como el del abanico promocional o el comercial, el artesano es el que prima en Aldaia, como es el caso de los tres talleres aquí recogidos. Para hacer más factible su laboriosa producción (ya sea con destino nacional o internacional) la idea de una cooperativa para aunar esfuerzos ha sobrevolado algunas de estas iniciativas: “Creo que es más fácil y sencillo unirnos y apoyarnos unos a otros que empezar de nuevo de forma independiente”, medita Macarena Andrés. “Si desaparecemos, va a seguir habiendo abanicos. Pero su artesanía va a flojear”, comenta también Carlos Taberner.

Situado en el corazón del pueblo, el Museu del Palmito (MUPA) tampoco se ha salvado de las inundaciones. Este centro es el responsable de custodiar la herencia abaniquera de Aldaia, y entre sus paredes acoge piezas históricas con cronologías que van desde el s. XVIII hasta la actualidad (a menudo procedentes de donaciones y cesiones de los propios talleres de la localidad.) Se inauguró en marzo de 2015 en la Casa de la Llotgeta con la idea de “recuperar esa idiosincrasia y tradición cultural porque es un elemento de identidad local”, sostiene Francesc Martínez, su director. “Rara es la familia procedente de Aldaia que no haya trabajado en algún momento en el sector abaniquero”, añade. Aunque el edificio está protegido con puertas blindadas, el agua entró por la parte trasera del museo y alcanzó 1,20 metros de altura, arrasando la planta baja. “Poseemos una variedad de abanicos cristinos e isabelinos del s. XIX que han quedado afectados por la riada”, puntualiza Martínez. “Además, teníamos una sala dedicada al varillaje con varias caladoras de madera, pero se pueden restaurar porque no están rotas”.

Aunque es laborioso inventariar todo, estima que de los 762 abanicos han conseguido salvar más del 80% de la colección. Entre las pérdidas reseña, por ejemplo, un diseño que se hizo en la Real Fábrica del Abanico de Valencia, sin fecha exacta pero estimada entre 1797 y 1817, los años en los que estuvo en activo.

Una vez limpiadas las instalaciones, el siguiente paso es la reparación de los archivos dañados. Cuentan con el respaldo del Instituto Valenciano de Conservación, Restauración e Investigación. Además, tanto la Universidad de Valencia como la Politécnica les han ofrecido sus laboratorios, también para restaurar. Hay otras instituciones que también se están implicando con el centro de manera activa como el Museo de Prehistoria de Valencia, que puso a su disposición un depósito provisional para guardar lo que han

salvado de la colección mientras ponen a punto el centro. También han estado en conversaciones con el Museo de Etnología, en cuyo equipo se encuentra una restauradora especializada en abanicos que ayudaría con las labores de recuperación.

Para entender la tradición abaniquera en Aldaia, habría que remontarse un poco en el tiempo. En Europa el abanico vivió una época de esplendor en el s. XVIII, ligado a movimientos artísticos como el Rococó. Aunque las primeras referencias a este complemento en España datan de la Edad Media, su popularización se produjo, según la historiadora María del Carmen Casaní, a finales del s. XVIII, ligado al majismo. “A pesar de que los materiales continuaban importándose en gran medida de Francia, el abanico tuvo un gran impulso para la industria estatal, especialmente durante la regencia de María Cristina [...]. Sin duda, la época más relevante para el abanico español se desarrolló en el periodo isabelino [con Isabel II]”, narra en uno de los catálogos del MUPA.

Fue precisamente durante el s. XVIII cuando Valencia se erigió como el principal núcleo de producción española, con una asociación y una Real Fábrica de Abanicos fechada en 1802. Hacia 1861 la provincia contaba con 84 talleres y fábricas, entre las que destacó la del pionero José Colomina. Como sucedería después con algunas de las principales empresas actuales abaniqueras, en sus establecimientos se formaron aprendices oriundos de Aldaia que, con el tiempo, acabaron creando sus propios talleres. Aunque Valencia era el epicentro, se abastecía de las telas y los varillajes que se realizaban en las poblaciones de L'Horta. El desarrollo ligado a la ebanistería hizo que en este caldo de cultivo Aldaia asumiese rápidamente un papel relevante en la producción del varillaje de madera. Los padrones fijan los registros más antiguos del pueblo en 1857, cuando se contabilizaron al menos 18 maestros abaniqueros trabajando en la localidad.

Entre finales del s. XIX y principios del XX comenzaron a surgir en Aldaia los nombres que hoy perviven. De los más antiguos son Aparici o Andrés Pascual que, según Francesc Martínez, empezó a concentrar en sus manos todo el proceso de fabricación del abanico (en vez de estar supeditado a las fábricas de la ciudad de Valencia). De los años 20 es, por ejemplo, la familia de artesanos Blay Villa, actualmente únicos fabricantes de varillajes de nácar. En la década de 1930 aparecieron negocios como Abanicos Taberner o Guzmán, y en la segunda mitad de siglo, talleres como el de Abanicos Burriel o Celso Hoyo, entre otros. Actualmente, la competencia asiática azota un sector menguante: en el año 2000, Aldaia registraba 33 talleres abaniqueros en activo. Trece años después, la cifra era de 26. Hoy Francesc Martínez cita unas 24 empresas operativas. Entre las distintas iniciativas de la asociación para mantener su hueco en el mercado propusieron la certificación AEA, Abanicos Artesanos Españoles, un sello de calidad que garantiza la producción artesanal del abanico que lo lleve.



Suscríbete

NO TE PIERDAS NADA DE VOGUE



E-Bono 1 AÑO POR 63 €

RECIGE LA REVISTA
EN EL QUIOSCO Y
NO TE PIERDAS LOS
REGALOS DE PORTADA

Home Delivery 1 AÑO POR 59 €

RECIBE LA REVISTA
EN CASA Y ELIGE
TU REGALO DE
BIENVENIDA



SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ
[SUSCRIPCION.VOGUE.ES](https://suscripcion.vogue.es)

El amor era esto

Con su primer disco, LA TANIA se propone actualizar LA COPLA, destilando un cóctel intimista en donde se dibujan IMÁGENES cotidianas que exploran el desamor con melodías contemporáneas. Fotografía PEPE HERREROS. Estilismo PATRICIA LÓPEZ. Por ALEXANDRA LORES.



La Tania lleva 'top' con estructura cruzada, de LOUIS VUITTON.

E

ste disco nace de una crisis. Y de una historia de amor, la de Tania García Martínez (El Campello, 1987), también conocida como La Tania, y el guitarrista de flamenco Yeraí Cortés, que llegó de manera súbita. Pero ni cuando se descubrieron —en aquel caluroso verano del Levante cuando él tenía 17 y ella 24— ni al musicar en *Amoríos* (Sony Music España) el relato de su alto en el camino, se intuye un ápice de pudor. Saberse frente a una certeza, desde la primera mirada entre ambos —al menos para una de las partes—, encaminó todo lo que estaría por llegar; y ahora toda esa energía, todavía latente, se materializa en un álbum de ocho canciones en el que hay verdad a raudales. “Un verano volví a Alicante y lo vi sin camiseta, con su pelo larguísimo y con *brackets*. Estaba supersexi y me enamoré allí mismo, pero a él costó algo más”, confiesa La Tania, que entonces vivía en Madrid, donde compaginaba sus clases de canto con la aparición en obras de teatro, casi siempre musicales. “Resulta que Yeraí acabó viniendo un fin de semana y a los tres meses ya vivíamos juntos”, continúa la artista, dando ese giro de timón tan necesario en toda buena historia.

Su gusto por la copla y sus relatos cotidianos —a veces cantados con voces láinas, las más agudas y finas, y sus favoritas— se hizo evidente desde muy pronto. Estrellas de la canción popular española como Marifé de Triana, Rafael Farina, Juanito Valderrama o Manolo Caracol siguieron la estela de otras obsesiones más propias de la época. “De adolescente escuchaba sin parar a Laura Pausini, a Estopa y a Camela, pero

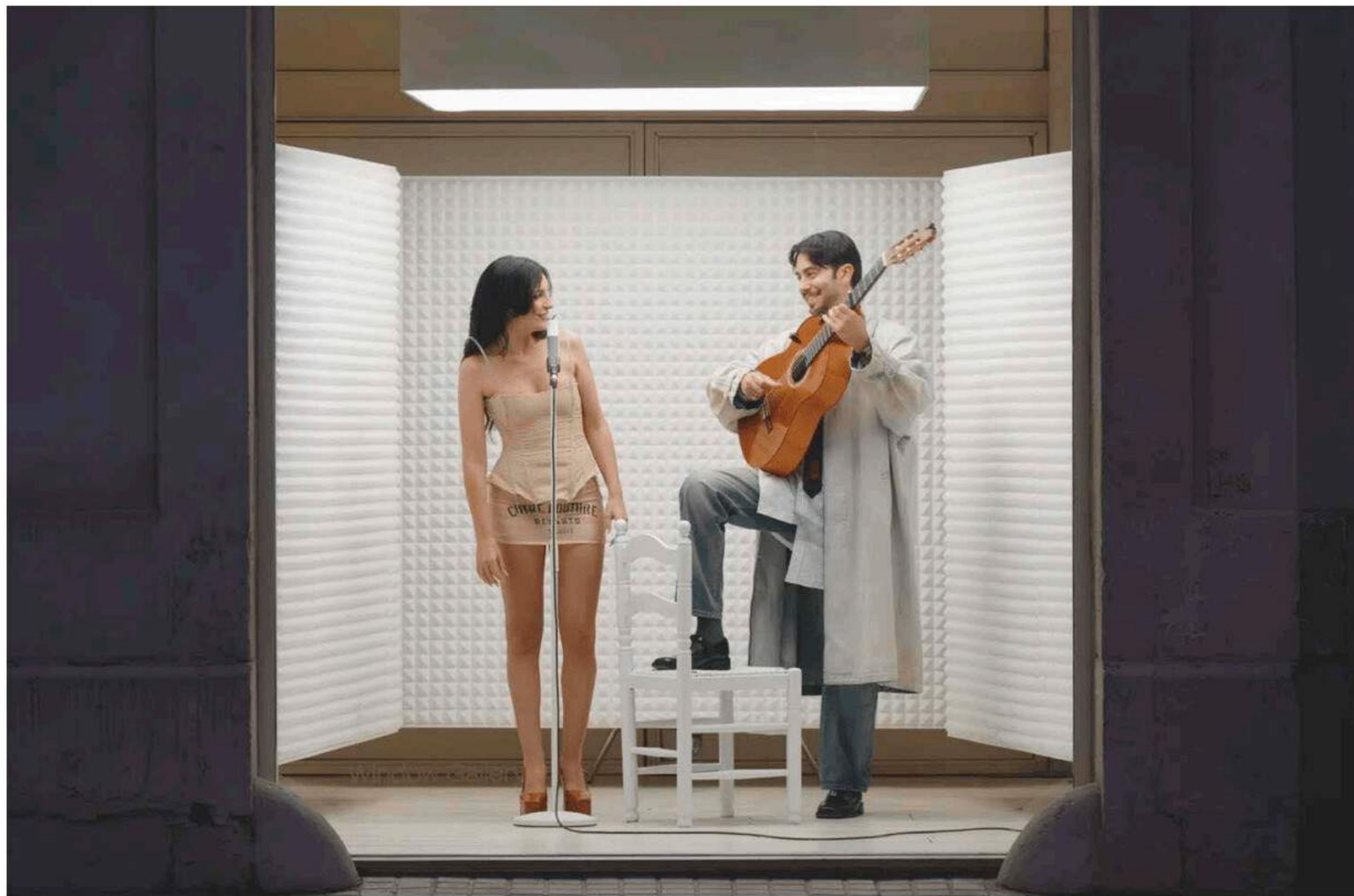
siempre he sido muy folclórica, muy de flamenco también. Cuando llegaba del instituto, me ponía el disco de Parrita sin parar y eso me podía durar seis meses”, rememora nostálgica. Una manera de hacer y de contar que se ha propuesto reverenciar y reinterpretar en este primer disco (disponible el 24 de enero), acercándonos a una historia de desamor —la suya— que empezó a musicarse de la manera más inesperada y quizás más artística posible, porque surgió sin un objetivo concreto, más que el de poner en canciones el mal de amores. “De repente, me di cuenta de que

Sobre estas líneas, la cantante con chaqueta de GUCCI. En la página siguiente, vestido Favola, de JACQUEMUS; y zapatos de tacón con punta de ante, de MANOLO BLAHNIK.



tenía un disco. Yeraí empezó a componer sobre cómo me estaba sintiendo”, comparte acerca de aquella etapa creativa en la que ambos le ponían letra a sus emociones, no siempre agradables. “Él me venía con canciones y yo le decía: ‘¿Pero cómo has escrito esto? Es que es justo lo que siento’”, recuerda. Tras una década de amor sin sobresaltos, La Tania se enfrentaba a las dudas de su novio, que para entonces se había hecho un nombre tocando la guitarra en los tablaos de la capital. Fueron meses de algunas alegrías, muchas más penas y un constante





“Pasé por distintas etapas, pero un día le dije a YERAI: ‘Ahora me toca a mí, ahora la que estoy en BÚSQUEDA soy yo’”.

desasosiego. “Pasé por distintas etapas, pero un día le dije a Yeraí: ‘Ahora me toca a mí, ahora la que estoy en búsqueda soy yo’”. Durante aquel año y medio de crisis, que coincidió con la grabación de *La guitarra flamenca de Yeraí Cortés* (C. Tangana, 2024) —el documental que presenta al músico a los no iniciados y nos acerca a su familia— no hubo una separación como tal, pero sí algunos quereles. *Quereles* es precisamente el título de uno de los dos sencillos que primero salieron a la luz y que da cuenta de una etapa en la que La Tania disfrutó de los amores ligeros. “*Amoríos* tiene un orden: después del conflicto, llegó el momento de estar con mis amigas y de conocer a otra gente —*contigo me han dao las claras, las claritas del día*—, pero acabé tocando fondo. Y me fui a París, sin hablar francés ni conocer a nadie porque estaba sintiendo muchísimo dolor”, admite. Allí, conoció a un guitarrista con el que empezó a hacer bolos. “Una de mis coplas favoritas es *El emigrante*, de Juanito Valderrama. Yo la cantaba con Rodolfo, un músico que se convirtió en mi amigo del alma y que por suerte hablaba espa-

ñol”, cuenta sobre unas semanas en las que se imaginó a sí misma como aquellos españoles que habían tenido que dejar su país años antes. “Recuerdo ese momento en el que yo me sentía como una extranjera total, con una nostalgia absoluta”.

La distancia llevó al reencuentro y al apogeo de un proyecto que llevaba meses gestándose. “Ha sido una manera de dignificarme; antes de que hablen los demás, te lo cuento yo. Además, lo único que me importa es Yeraí y que nosotros estemos bien”, sentencia. “El *docu* también me hizo reflexionar [en él se explora una historia familiar, la de su novio, en la que pesa un secreto]. Además, yo soy de un pueblo y he vivido mucho esa cosa de no hablar”, continúa, consciente del daño que hace lo que no se cuenta. Pero no solo las propias vivencias, también *Función de noche* —la película protagonizada por Lola Herrera y su exmarido, Daniel Di-cejo, en la que la actriz se queda a gusto— estuvo entre sus referentes. “Es un privilegio poder contar estas cosas”, corrobora. Y hacerlo con el apoyo y la mirada de C. Tangana, un artista multidisciplinar que se ha

convertido en un gran amigo de ambos. “Él nos quiere mucho y yo sabía que no iba a permitir que nada nos dejase en un lugar extraño; ni con este disco, que también produce, ni con el documental”, asegura La Tania, a la que conocimos en *La guitarra flamenca de Yeraí Cortés*. Hablamos de un álbum que se está escribiendo (y grabando) mientras se está contando. Y que, por su naturaleza, no puede resultar más contemporáneo. ¿Dónde termina este disco y adónde va? “Para mí, este proyecto ha sido como una exploración, una búsqueda, pero también un deseo: que se vuelva a escuchar copla y se rescate esa manera de sentir y esas letras, que eran como pequeñas historias narrativas”, observa la cantante. “Para mí, la copla es lo cotidiano y es el pueblo. Aquellas artistas que se exponían tanto eran supervalientes. Ellas conseguían inspirar a las mujeres que estaban limpiando en sus casas y les permitían soñar con otros hombres, con cosas que no podían hacer”, añade.

La Tania no está sola: comparte imaginario e influencias con compañeras de profesión como Rosalía, Judeline o María José Llergo. “Las chicas que hemos escuchado flamenco tenemos gustos parecidos, pero yo no sé ni tocar una palma por bulerías”, concede. “Somos muchas las que estamos apareciendo, cada una con nuestra búsqueda”. La suya se pregunta con melodías pop cómo sonaría la copla ahora. Y aunque no busca respuestas, ofrece unas cuantas: “Yo escucho a Manolo Caracol y a Nusar3000 y quería que eso se viese reflejado en mi música”, declara.

E

Arriba, fotograma del Gallery Sessions de La Tania y Yeraí Cortés, grabado en Acid House Barcelona, y donde interpretaron ‘Besitos de otro’. En la página siguiente, chaqueta y pantalón de alpaca y lana virgen y guantes de piel de becerro, todo de JIL SANDER; y pendientes Magda, de LIÉ STUDIO.

l álbum, al más puro estilo coplero, se cierra con una canción de agradecimiento. “Era algo que se hacía mucho en la copla. Yeraí la compuso para Pucho y puse mi voz a su disposición. Me parece precioso que entre dos hombres se hablen con ese amor, que se digan ‘te quiero’...”, expone La Tania. Un acto de generosidad, como el haber compartido todo aquello que a veces no se cuenta, que ha sido la banda sonora de muchas quedadas entre amigos. Y que ahora, gracias a su poder evocador, también podría ser la nuestra.



Una escritora EN LA FRONTERA

La autora andaluza SARA HERRERA PERALTA regresa con dos nuevos libros, un POEMARIO y una NOVELA, en los que se aproxima con sensibilidad al perfil menos conocido de la artista Louise Bourgeois: el de escritora y artista textil. Por ALBA CORREA.



S

ara Herrera Peralta (Trebujena, 1980) ha habitado toda su vida una frontera difusa. De un lado, la geográfica, pues desde que creció en Jerez de la Frontera sus inquietudes la han llevado a vivir en San Sebastián, Málaga, capitales mundiales como Londres o París, e incluso hasta en paisajes fineses. Desde hace siete años, la autora construye para su familia un refugio en el margen, en una zona rural de Toulouse. Allí, recoge frutos y flores que acumula en el pliegue de su falda. La vida ha plantado en su camino un quiebro, los sueños urbanos y cosmopolitas de su generación se deshacen como tierra bajo la lluvia en nuevas aspiraciones agresivas que, Sara advierte, tienen doble filo, no se deben romantizar. Sin embargo, de esta descomposición brota algo nuevo. La semilla de lo que nos enseñaron a identificar como fracaso esconde, a veces, una liberación. La única en la que puede existir su escritura.

“Empecé de cero varias veces hasta que me di cuenta de que mi vocación real era escribir”, cuenta en conversación con *Vogue España*. Esa es su otra frontera inaprensible. La literaria, la creativa, la que surca el conflicto del tiempo y la posibilidad. La que atraviesa la maternidad y la escritura, surcando el síndrome de la impostora de quien pospone su creación por la urgencia y la importancia de las tareas del día a día. Sus poemarios siempre han hablado de paradojas fronterizas aunque, recalca, desde el privilegio de quien se marchó a vivir aventuras. “Otra cosa es la posibilidad del retorno”, lamenta. Por eso, su encuentro con la obra menos conocida de la artista Louise Bourgeois en una pequeña exposición en la Maison Balzac en París actuó en ella como un cortocircuito. “Era una tarde lluviosa, llegué allí y empecé a ver esos bordados, la delicadeza, el contraste entre la belleza de las piezas y la obra política, y me dejó emocionada. Bourgeois había

fallecido poco antes, era la última exposición que habría preparado en vida”. Conocida por sus esculturas, a la poeta le atrapó sin embargo la escritura de la artista, así como su trabajo con la aguja, que retomó en su vejez pese haber prometido a su madre, costurera, no volver jamás a ella.

De las preguntas que bulleron entonces en su cabeza han nacido dos libros que ven la luz ahora: un nuevo libro de poesía, *El piar de los pájaros y el goteo del agua que cae del techo* (La Bella Varsovia), y una novela que cabalga entre el ensayo y el diario, *Me fui como una tormenta* (Consonni). La visión de las manos de Bourgeois le recordó a las de su abuela que, como ella, había bordado muchas piezas: “Se abrió una búsqueda íntima a través de la genealogía”. Una búsqueda de respuestas a la pregunta de por qué Bourgeois volvió a la aguja, rompiendo la promesa que le había hecho a su madre, y que aunque no se permite responder, le sirve para cuestionar sus propias barreras materiales a la hora de dedicarse por entero al oficio de la escritura. “Me parece muy delicado hacer una asunción sobre alguien que no solo no has conocido, sino de la que no tienes forma de saber su respuesta. No me parecía justo ni adecuado. Pero sí es cierto que su obra, lo pretendiese o no, era tremendamente política”.

En los bordados que Herrera Peralta vio en la exposición, Bourgeois había empleado paños de cocina pertenecientes a su familia. A ellos había cosido elementos como perlas o flores que había tomado de sombreros y prendas. “¿Cómo no va a ser político crear arte con paños de cocina, tan relacionados con las tareas, el espacio y los gestos domésticos?”, se pregunta la poeta. “No seré yo quien lo asevere, porque no la conocí y ella no se pronunció al respecto, pero es imposible negar lo que transmite. El con-



traste entre esa belleza y el mensaje político. Al escribir, me rebelo contra la idea de que la belleza es algo cursi. Utilizo la escritura como elemento crítico, pero también me detengo en busca de lo bello, de la gratitud”.

Esa crítica tiene que ver con las condiciones que limitan las posibilidades de creación de las mujeres. “¿Cuántas residencias creativas de escritura existen para familias o mujeres con niños?”, se pregunta. “Me interesa hablar del desequilibrio, lo injusto de que no se valoren los espacios desde donde los creadores, y más concretamente las creadoras, viven y crean”. La autora no pudo esquivar ninguna de estas reflexiones mientras trataba de dar forma a un libro sobre Bourgeois que no encajaba en el molde del ensayo tradicional. En un momento de *Me fui como una tormenta* alguien le devuelve la pregunta. ¿Es este un libro sobre el fracaso al escribir un libro sobre Bourgeois? “Pensaba que había fallado porque no había escrito ningún libro académico sobre ella. De hecho, apenas entro a analizar su obra. Entiendo ambos libros juntos porque la novela es la búsqueda y la reflexión, y el poemario es el diálogo que me permito tener con la artista”. Herrera Peralta se formó expresamente para trabajar en un ensayo sobre Bourgeois que no se veía legitimada a escribir. Al menos no a la vieja usanza. No pensaba que pudiese aportar en lo académico, pero su propia experiencia con la aguja y la escritura, con los cuidados y con el arte, hacían posible para ella entablar un diálogo

diferente con la figura de la artista parisina. “Ese fracaso me ha llevado realmente al lugar justo y exacto que estaba buscando”.

Esta es una de esas veces en las que aquello que llamamos fallo nos lleva a una orilla inesperada, pero propia, mientras que el éxito es un concepto desgajado de ideas heredadas o impuestas. “La escritura es el espacio donde más libre me siento”, reconoce la escritora, que se siente cómoda en editoriales independientes y

no busca hacer encajar sus obras en otros criterios más apropiados para *rankings* de ventas o certámenes. “Hay textos con una intención de ser coherentes, de aterrizar en un mismo lugar. Creo que es en la frustración donde este proyecto encuentra realmente su legitimidad”.

Sara Herrera Peralta cita a la cineasta de la Nouvelle Vague Agnès Varda, cuando decía que si abriésemos a las personas lo que encontraríamos dentro serían paisajes, y que los suyos serían playas. De alguna manera, esa cita la devuelve a su condición de escritora-frontera, caminando sobre las líneas divisorias, en libros que no quieren

escoger una sola lengua, un formato simple, una única temática. “Creo que la de Varda es una imagen muy bonita. Es lo que veo cuando pienso en esa migración. Yo soy un poco la playa de mi tierra, pero también el bosque que cuido ahora y que me cuida. Somos esos momentos en los que más nos hieren o más celebramos. Da igual dónde, huyo de cualquier nacionalismo, patria o bandera. Creo que existe mucha más posibilidad en la apertura”.

***“Ese fracaso me
ha llevado
realmente al
LUGAR JUSTO
Y EXACTO
que estaba
buscando”.***

Con la MÚSICA a otra PARTE

La directora MARÍA TRÉNOR revoluciona el cine de animación con 'ROCK BOTTOM', una historia de finales que surge en torno a una de las figuras clave de la contracultura de los años 70. Por ALBERTO SISÍ.



F

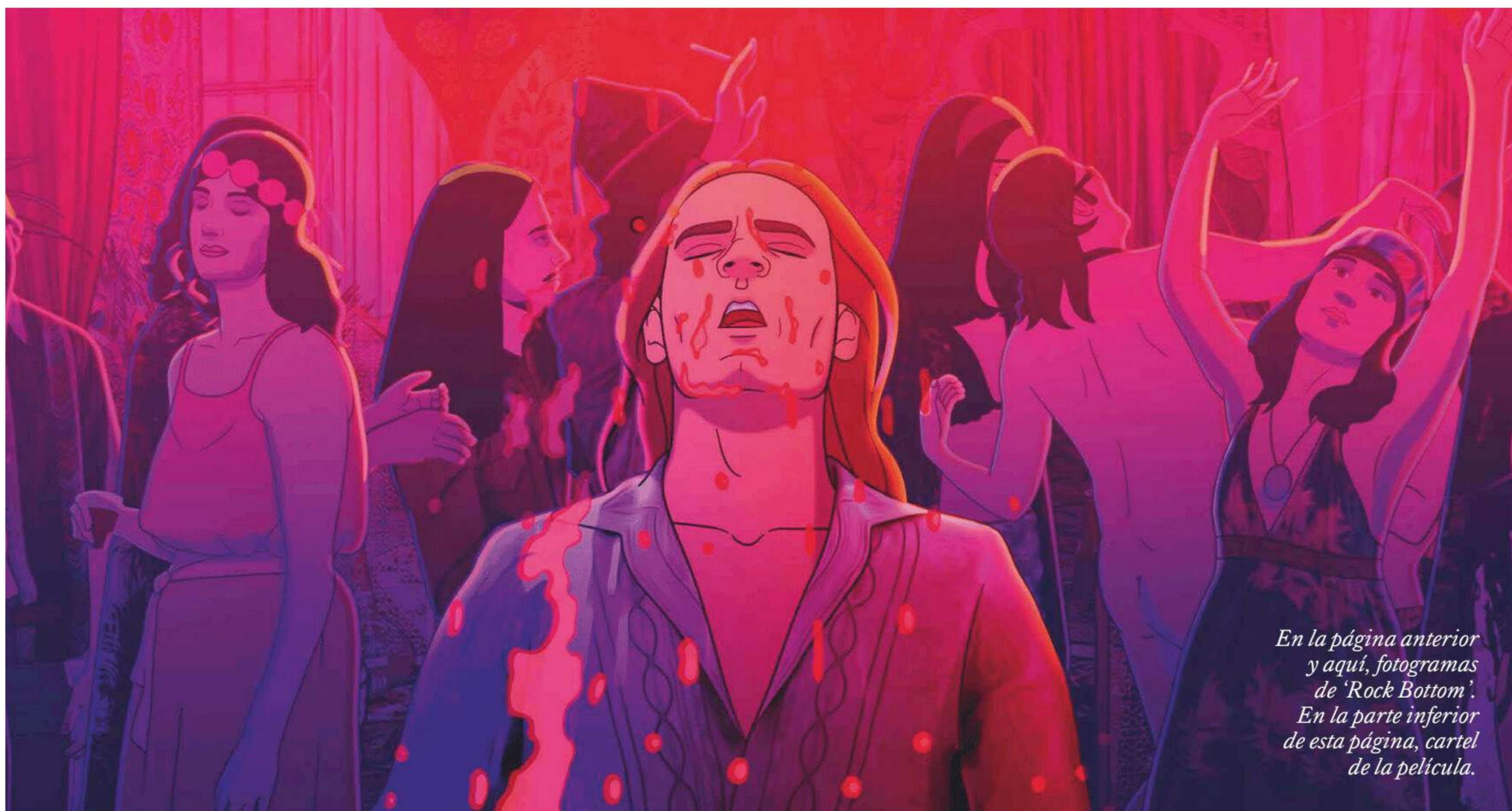
ue durante el pasado mes de junio cuando María Trénor (Valencia, 1970) conseguía un hito para el cine de animación español. La directora presentaba su primer largometraje, *Rock Bottom*, en el Festival de Annecy, la cita más prestigiosa del mundo en ese campo y donde también recaló el pasado año *Robot Dreams*. “Imagínate, con la primera película. Fue realmente importante estrenarla mundialmente en la sección oficial, una pasada”, rememora a través de llamada telefónica antes de que el largometraje llegue a los cines el 13 de diciembre. “Éramos, creo, trece películas y estábamos entre las más importantes del mundo de animación de ese año. Es una auténtica

satisfacción, un subidón y una carta de presentación para la película increíble”. La cinta se iba tristemente sin premio, pero arrancaba así la promoción de un trabajo que también se ha podido ver en L’Etrange Festival de París, en el Festival de San Sebastián o en el In-Edit de Barcelona.

Es Trénor directora y guionista de un largometraje musical que toma como punto de partida la vida de Robert Wyatt en un momento cumbre, durante la composición de su obra magna, el disco *Rock Bottom*, en el pequeño pueblo de Deià, en Mallorca, meses antes de sufrir una caída que lo obligó desde entonces a vivir en silla de ruedas. Pero que nadie se lleve a engaño, esta no es una película biográfica sino un retrato de un momento clave para la contracultura de los años 70 a través de Wyatt y su pareja desde entonces, la también artista Alfreda Benge. “La película no es un *biopic*”, sentencia rotunda la cineasta. “La pareja que aparece representa más a su generación. Sí tenemos pinceladas de su vida, sobre todo la caída, pero en reali-

dad ha sido una excusa para representar lo que era la generación *hippie* de artistas noreuropeos que, buscando esa libertad que los norteamericanos encontraban en California, a ellos les llegaba en costas españolas como las de Ibiza, Mallorca, Almería o Cadaqués”, apunta. “Representamos a esa comunidad en un momento muy determinado, en ese instante final de la decadencia de la era *hippie*. La conclusión del largo verano del amor, donde se ve que la revolución sexual no había servido de nada para las mujeres porque seguían limpiando y cuidando a los niños en unas comunas en las que se ve que el efecto de las drogas —que en los 60 se vendían como muy buenas y que abrían la mente— era en realidad profundamente negativo”.

La pasión por esta figura de la cultura y su obra le llegó a la directora después de escuchar el álbum al que homenajea el filme. “Uno de los productores me enseñó el álbum y, como yo siempre parto de la música en los trabajos que hago, me quedé bastante alucinada con este disco porque

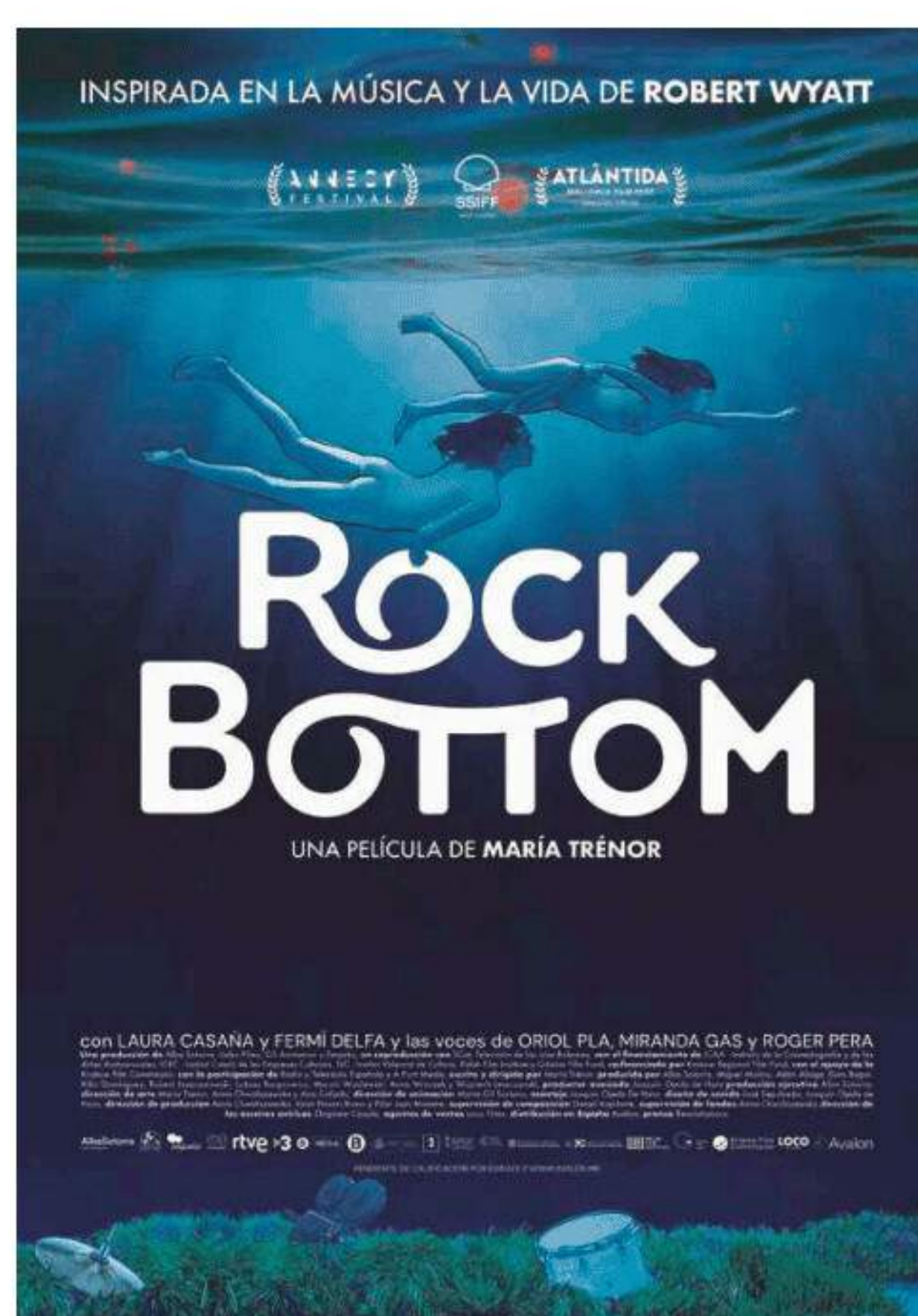


En la página anterior y aquí, fotogramas de 'Rock Bottom'. En la parte inferior de esta página, cartel de la película.

no había escuchado nada parecido en mi vida. Es completamente inclasificable", explica Trénor. "Tiene algo de rock progresivo y algo de la música tradicional de la India, y me parece una fuente de inspiración perfecta para hacer una película. No obstante, lo que me hace realmente decidirme a hacer la película es tener la oportunidad de conocer personalmente a Robert Wyatt y a Alfreda Bengé. Aunque no esté acreditada, ella también es autora de alguna de las letras e ilustradora, la cubierta del disco es suya", continúa. "Me quedé fascinada por ellos, su carisma, su nivel humano y su cercanía. Cuando conoces a un artista considerado de culto no sabes muy bien con lo que te vas a encontrar, si vas a dar con una especie de divo distante y de vuelta de todo y, para nada, fue todo lo contrario. Di con alguien muy cercano, muy tierno y sabio".

El propio Robert Wyatt le dio el beneplácito a María Trénor para trabajar en la película, pero las restricciones provocadas por la pandemia complicaron el poder estar cerca. "Nos tocaron unos años bastante complicados para mantener el contacto. Yo sí le fui enviando algunas imágenes, pero es gente de una edad en la que tampoco es muy fácil comunicarse digitalmente y nos pilló en medio el covid. Todos los intentos que hemos hecho por volver a vernos han sido bastante infructuosos porque están en Inglaterra y al principio era imposible", recuerda. "En estos últimos años tampoco ha sido fácil porque a los dos los han operado de cosas bastante importantes, tengo entendido que a él de vez

“Algo está cambiando en el mundo de la ANIMACIÓN y por suerte el TALENTO dentro de España ya no se tiene que ir fuera”.



en cuando lo tienen que ingresar y las veces que les hemos llamado para estar en contacto nos han dicho que ahora mismo no pueden recibir ninguna visita".

María Trénor ha tenido que esperar a los 54 para poder estrenar su primer largometraje de animación. Antes, la cineasta consiguió una nominación al Goya por el corto *Exlibris* y se alzó con el premio Teddy de la Berlinale por *¿Con qué la lavaré?*, otro corto. "La producción de la animación es un proceso muy lento, con lo cual es complicado llevar muchos proyectos a cabo. Aparte, yo he tenido por medio problemas bastante serios de salud que también me han impedido sacar más películas adelante", comparte. "Levantar una cinta de animación para adultos ha sido bastante difícil. Desde que el guion estuvo escrito hasta que conseguí productora pasaron diez años".

"Creo que algo sí está cambiando en este sector de la industria y por suerte el talento dentro de España ya no se tiene que ir fuera. Sí que hay quien se sigue yendo al extranjero, porque me consta que hay directores de cine que se están marchando, pero se está apostando por proyectos, aunque cuesta mucho sacarlos adelante", cuenta la directora. ¿Es posible dedicarse entonces en exclusiva a ella? "Es complicado. Por ejemplo, en mi caso, lo combino con la docencia, que también me gusta mucho. Soy profesora vocacional y lo he sido durante muchos años en una escuela de diseño [EASD, en Valencia]. No es fácil vivir solo de la animación, sobre todo si es para adultos", concluye.



Un SIGLO *con* CARMEN

En 2025 se celebra el centenario del nacimiento de CARMEN MARTÍN GAITE, una de las más brillantes narradoras de nuestra geografía. El mundo de la cultura se prepara para recordar y rendir homenaje a la autora con un entusiasmo que no deja de crecer cada año. Por ALBA CORREA.

M

artín Gaité es una firma con una huella infinita en el mundo de las letras hispánicas. Su decena de novelas es solo la punta del iceberg, la mínima parte visible, de una obra tan prolífica como diversa; un valioso legado en forma de poemas, relatos, ensayos, *collages*, diarios o conferencias. En 2025 se cumplen cien años de su nacimiento en Salamanca, así como un cuarto de siglo desde su fallecimiento en Madrid. El universo de las letras se prepara para celebrar la efeméride de este centenario con reediciones de sus libros, también nuevos y especiales volúmenes que desembarcan ya en librerías, exposiciones o adaptaciones teatrales de algunos de sus textos más emblemáticos. Recordando y reivindicando de esta manera una voz que, lejos de apagarse con el paso del tiempo, parece hacerse cada año más relevante, atravesando la conversación literaria y conquistando nuevos lectores. No será en absoluto complicado hacer que el año que comienza sea uno intensamente ligado a la figura inolvidable de la escritora.

La sensibilidad de la autora de *Entre visillos* y *Nubosidad variable* fascina a una nueva generación, que llega hasta sus libros atraída por su condición de clásico moderno y termina, tal vez con sorpresa, descubriendo una voz totalmente actual. Desde su visión, inevitablemente conectada a las luchas feministas aún vigentes, con personajes de mujeres tan fuertes como fascinantes, a su capacidad de convertir la intimidad en el corazón palpitante de las historias, su mirada es plenamente contemporánea y la cercanía al lector hace que sus libros sigan pasando hoy de mano en mano, incesantemente recomendados o citados.

Uno de estos casos es el conocido ensayo *Usos amorosos en la postguerra española*, que analiza el impacto de la dictadura franquista sobre las relaciones sentimentales con una perspectiva de género. La vigencia de este texto sale todavía a relucir en el pensamiento y la obra de numerosas autoras actuales. Una de ellas es la periodista Raquel Peláez, autora de *Quiero y no puedo*, un ejercicio historiográfico sobre moda y poder en España, que observa en Carmen Martín Gaité la cualidad de adelantarse al discurso de su tiempo. “Construye una crítica a la moral nacionalcatólica desde el feminismo de una forma divulgativa, clara y fácil de entender, y lo hace en un momen-

to en el que no se conocían los conceptos básicos del feminismo que hoy maneja mucha más gente”, expone Peláez.

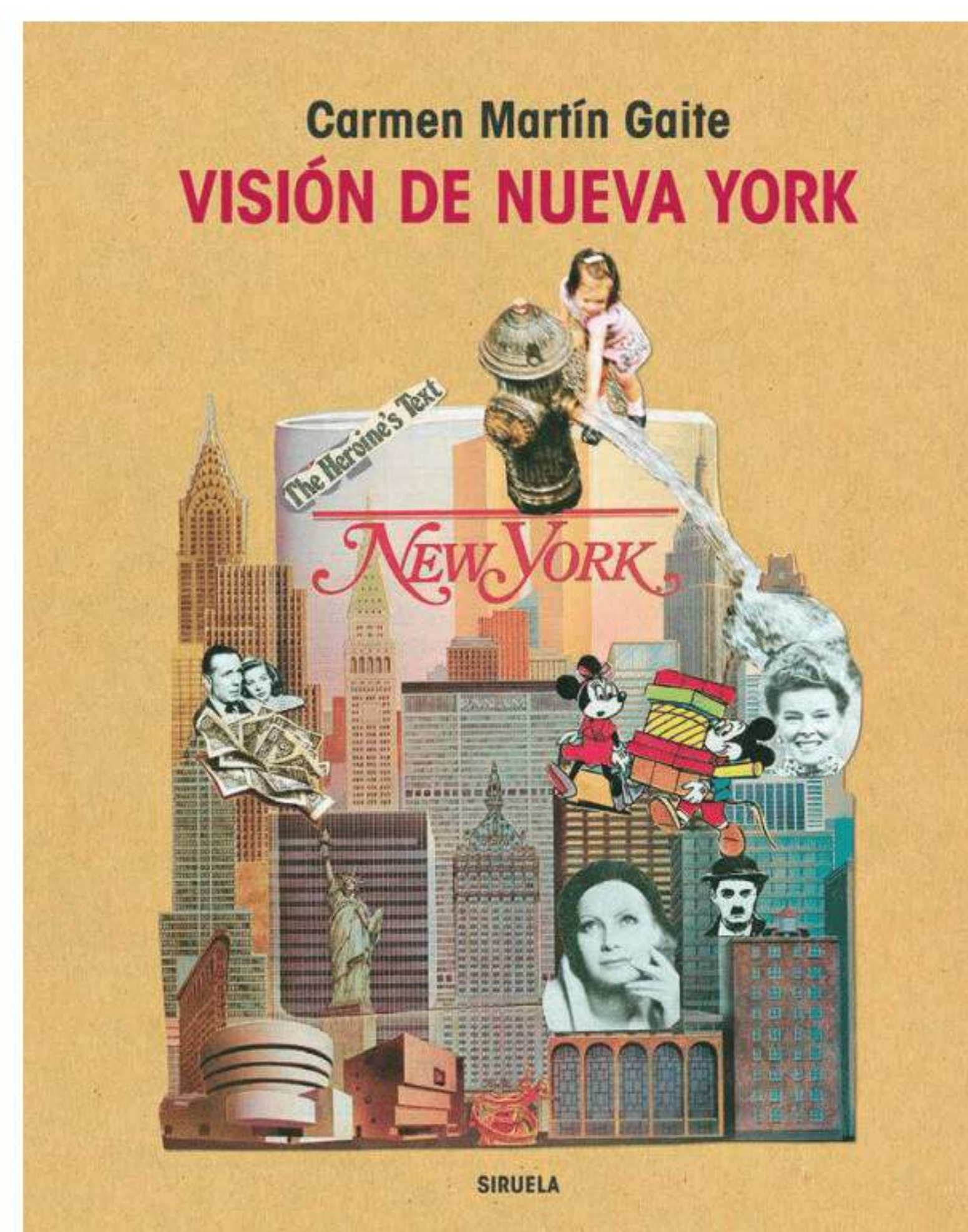
Ese interés por los personajes, los temas, la visión y la dignidad femeninas salen a relucir en la obra de la salmantina, y así lo pone de manifiesto un nuevo libro de Siruela, editorial que recoge gran parte de la producción de la autora. *Páginas escogidas*, con edición y prólogo de José Teruel, —profesor de Literatura Española en la UAM y experto en la figura de la escritora—, es una antología especial que selecciona sus textos más representativos para aproximar su escritura a nuevos lectores. “Carmen Martín Gaité entendió la literatura como un diálogo abierto con todo aquel que quería leerla”, escribe Teruel en el prólogo.

No es el único libro que ya ve la luz a propósito de este esperado centenario. Siruela reedita *Visión de Nueva York* en edición facsímil, un libro de *collages* (durante muchos años agotado) compuesto por la autora durante su estancia en una ciudad que produjo en ella una profunda sensación de fascinación y asombro. La misma urbe que inspiró la maravillosa *Caperucita en Manhattan*, una novela tierna y casi fabulada, posiblemente la más popular de la autora, que toma como protagonista a una niña y sus deseos ardientes de caminar por Central Park. Una emblemática obra que, aunque sin referencias explícitas a ello, hace que todos los lectores conocedores de la vida de Martín Gaité piensen en la des-

garradora pérdida de su hija Marta, cuando esta tenía solo 28 años.

Precisamente el Teatro de la Abadía de Madrid acogerá, del 23 de enero al 23 de febrero, la nueva adaptación escénica moderna del texto de *Caperucita en Manhattan*, dirigida y adaptada por Lucía Miranda, cuyo largo periplo por Nueva York la dejó deseosa de trasladar esta historia a las tablas. La actriz Carolina Yuste será quien se ponga en la piel de Sara Allen, la entrañable protagonista que sale a las calles de la Gran Manzana para conquistar su libertad. “Desde la ternura, la poesía y la fábula, [Carmen Martín Gaité] habla también de lo íntimo, y de esa búsqueda de liberación”, cuenta la intérprete a *Vogue* España. “Porque hablamos de libertad, pero también tiene que ver con una liberación emocional interna, casi espiritual. Con ese lugar a donde una desea llegar, que a veces se torna complejo y otras se idealiza”. Encontrar tu propio lugar en el mundo y reclamarlo es el efecto de la prosa de la escritora que Yuste percibe sobre sí misma, e identifica en la historia colectiva de las mujeres: “¿Cómo poder ser libre, respirar, abrir el pecho? Eso es una de las cosas más hermosas que están pasando al revisitar los textos de Carmen Martín Gaité”. Por eso, opina, seguimos leyéndola cien años después de su llegada a este mundo: “Nos conecta con lo que somos, con lo que nos mueve, con lo que hay ahí al fondo. Y lo hace desde un lugar tremendamente hermoso”.

“Nos conecta con lo que SOMOS, con lo que NOS MUEVE, con lo que hay ahí al fondo. Y lo hace desde un lugar tremendamente hermoso”.



LA FIEBRE DEL MAGNESIO

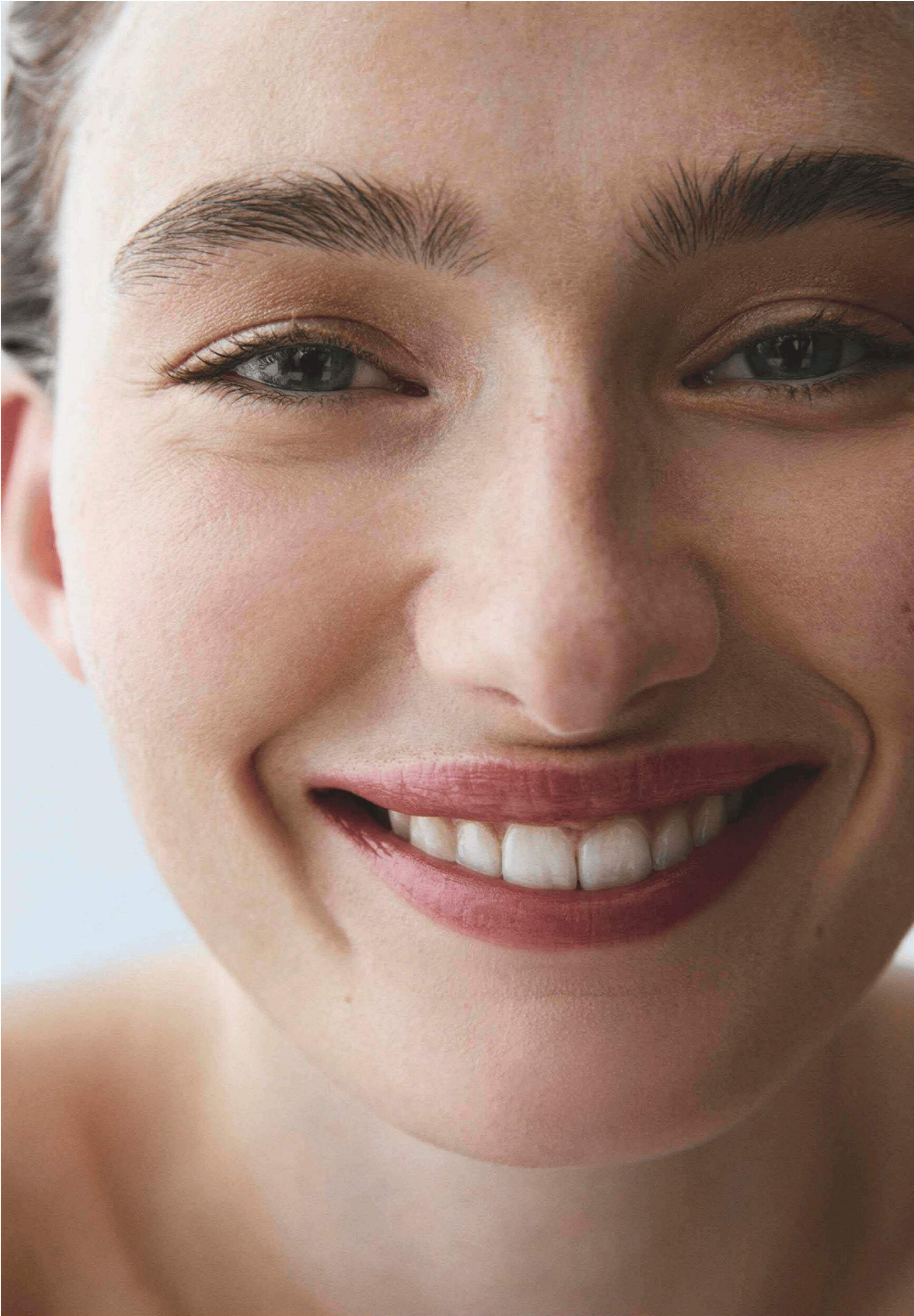
El INTERÉS por este mineral no es furor de un día. Interviene en más de 300 funciones del ORGANISMO pero, paradójicamente, hay una CARENCIA generalizada entre la población que, además, se acelera por el ESTRÉS. Por ANA MORALES.

L

os suplementos de magnesio son los más buscados en todo el mundo. Y no, no es una afirmación efectista hecha desde el conocimiento popular y la multitud de conversaciones que escuchamos a nuestro alrededor sobre ellos. Que este mineral sea el gran *hype* de 2024 está cuantificado con datos, más allá de la amplia, amplísima oferta, de complementos alimenticios que se pueden encontrar en las farmacias o de los miles de artículos que hablan de sus bondades y de los inconvenientes de su carencia (generalizada, por cierto, entre una inmensa mayoría de la población). Según los datos del informe sobre tendencias de suplementos alimenticios de 2024 llevado a cabo por Spate, una agencia fundada por dos ‘ex-Goglers’ especializada en detectar tendencias en la industria cosmética y alimentaria, el magnesio es el más buscado en ese interés creciente de dar con complementos que mejoren el bienestar de forma holística. Concretamente tiene un volumen de búsquedas de 3,3 millones al mes y un aumento exponencial respecto al año pasado. Y precisamente las palabras que acompañan esas búsquedas a lo largo y ancho del planeta —principalmente ‘sueño’ y ‘ansiedad’— tienen mucha vinculación con los beneficios

reales, constatados por médicos, que tiene este mineral. “El magnesio, aunque silencioso, está en el corazón de nuestro bienestar. Si sentimos que algo nos falta, quizás sea hora de escuchar a nuestro cuerpo y darle la atención que merece”, adelanta Elisa Blázquez, nutricionista integrativa de la marca española de suplementos Kobho Labs, que también ha visto cómo en el últimos años su producto de este esencial capitanea el *ranking* de ‘más vendidos’.

Enumerar y explicar las funciones en las que interviene el protagonista de este artículo daría (casi) para un libro. No en vano, está implicado en más de 300 procesos de nuestro cuerpo, lo que justifica el interés por él, sobre todo en un momento en el que el acelerado ritmo de vida afecta de forma directa a su carencia. Pero por nombrar solo algunas “que hacen de este mineral una molécula indispensable y multifuncional”, adelanta la doctora Isabel Viña, directora médico-científica de IVB Wellness Lab, podemos hablar de su papel clave para la producción de energía celular. “Es indispensable para que las grasas, carbohidratos y proteínas que consumimos se conviertan en la moneda energética universal de los seres vivos. Además, es fundamental para la utilización de los ácidos grasos como fuente de energía en las mitocondrias y para iniciar la síntesis de proteínas”, explica. Hasta ahí solo una pequeña parte de cómo interviene en la buena salud de las células, sin olvidarnos de que regula los niveles de glucosa en sangre (otro de los furores de 2024) y, por tanto, puede ayudar a prevenir enfermedades metabólicas o cardiovasculares. A lo que Lourdes Villalobos, reumatóloga del Hospital Ramón y Cajal de Madrid, suma su capacidad esencial para la formación de huesos y la modulación del sistema inmune y de la inflamación del organismo, uno de los grandes enemigos de la longevidad. Pero puede que sus funciones más conocidas popularmente tengan que ver con la salud muscular y el buen funcionamiento del sistema nervioso. “Es necesario para la transmisión adecuada de impulsos nerviosos y puede tener un papel en la regulación del estrés y la ansiedad. Además, interviene en la producción natural de GABA, serotonina y melatonina, por lo que mejora el sueño y la relajación”, explica Belén Acero, farmacéutica especializada en nutrición de la Farmacia Avenida de América. Un apunte: el GABA es un neurotransmisor que regula la excitabilidad cerebral. Y es aquí donde nos encontramos con la pescadilla que se muerde la cola. Si bien la carencia de magnesio puede llevar a unos niveles elevados de estrés, el estrés y la ansiedad también provocan una disminución de este mineral, lo que nos hace entrar en un círculo (muy) vicioso. A todo esto hay que sumar una falta generalizada que no siempre se detecta en una analítica de sangre. “Estudios pobla-



“ES NECESARIO PARA LA REGULACIÓN DEL ESTRÉS Y LA ANSIEDAD Y TAMBIÉN INTERVIENE EN LA SALUD HORMONAL FEMENINA”.

cionales indican que en la actualidad hay un mayor déficit que puede pasar incluso desapercibido porque el magnesio que se puede medir en la sangre no refleja el magnesio intracelular, que constituye la mayor parte de este mineral a nivel corporal total”, explica María José Alonso, profesora colaboradora de los estudios de Ciencias de la Salud de la UOC (Universitat Oberta de Catalunya). Por tanto, prestar especial atención a los síntomas que evidencian niveles bajos de magnesio parece fundamental. “Los más comunes son cansancio y fatiga, calambres musculares, hormigueos, espasmos leves en los párpados, tensión en las mandíbulas, dolor de cabeza nerviosismo, mal descanso nocturno... pero en el caso de deficiencias mayores se pueden producir náuseas y vómitos, arritmias e incluso si los niveles son extremadamente bajos podrían llegar a presentarse convulsiones. Pero dado que interviene en múltiples procesos del organismo, podría estar en la base del agravamiento de ciertas enfermedades crónicas”, explica la profesora.

Además, hablamos de un componente que no produce nuestro organismo y que, por tanto, debe aportarse a través de la dieta. Una dieta que no suele ser la adecuada para incrementar sus niveles porque, entre otras cosas, se abusa de los procesados (que hacen que se pierda entre el 80 y el 90 % del contenido original de magnesio), y del alcohol, el azúcar y la cafeína. Además, hay ciertos medicamentos que interfieren en su absorción y pérdida. Y se suelen pasar por alto, señala Villalobos, alimentos que lo contienen como verduras de hoja verde –las espinacas, por ejemplo–; frutos secos, sobre todo anacardos y almendras; legumbres, granos integrales, semilla de calabaza y chía y pescados como el salmón. A lo que hay que añadir otro hecho que resume Isabel Viña con estadísticas: las frutas y verduras que comemos tienen entre un 20 y un 30 % menos de magnesio en comparación con hace 60 años por el empobrecimiento de los suelos agrícolas y la desmineralización de las aguas. A toda esta batería de inconvenientes hay que sumar otros, como que la sudoración puede contribuir a su pérdida y el hecho de que, tal y como apunta Acero, con los años aumentan las necesidades de magnesio y disminuye la capacidad de absorción (tremenda paradoja otra vez). Por tan-

to, el furor del que hablábamos al principio por los suplementos de este tipo parece más que justificado, sobre todo porque, según apunta Acero, se calcula que con una buena dieta solo se puede cubrir el 50 % de las necesidades diarias de magnesio. Aún así, los expertos insisten en la importancia de consultar antes de suplementarse, sobre todo para dar con el complemento adecuado en cada caso. Y más ahora que hay una gran variedad de fórmulas combinadas. “Por ejemplo, con vitamina D es perfecto para fortalecer los huesos, ya que mejora la activación de esta vitamina. La combinación con vitamina B6 resulta ideal para regular el sistema nervioso, especialmente en momentos de estrés o fatiga. Cada mezcla tiene su momento y propósito, pero lo importante es elegir en función de las necesidades personales y que sea un magnesio con buena biodisponibilidad”, señala Elisa Blázquez. También, sugiere Viña, es importante que tenga una buena formulación que facilite su absorción y tolerancia. “Y aunque la intoxicación es difícil, una suplementación excesiva puede causar diarrea, náuseas, y en personas con insuficiencia renal, toxicidad por magnesio por lo que se recomienda individualizar las dosis”, añade Villalobos.

Y, por último, aunque es menos conocido, su papel en la salud femenina, “juega un rol importante en el equilibrio hormonal de la mujer ya que participa en la síntesis y regulación de hormonas, incluyendo las que están involucradas en el ciclo menstrual”, señala Viña. María José Alonso, además, recalca que hay estudios que confirman que sus niveles bajos pueden tener un papel importante en problemas como la dismenorrea (dolor durante el sangrado) o en el síndrome premenstrual. Respecto a su relación con la salud capilar y de la piel, aunque el impacto es menos evidente, “su falta puede contribuir al estrés oxidativo, afectando a la salud de la piel y del cabello, ya que ambos requieren un buen estado de circulación y regeneración celular. El magnesio influye en la hidratación celular y en la producción de colágeno, por lo que una deficiencia prolongada podría hacer que la dermis se vea más apagada y el pelo más frágil. Si bien es más conocido por sus beneficios en el estado de ánimo y el sistema muscular, su impacto en otros terrenos es un reflejo de su papel integral en el equilibrio general del organismo”, dice Viña.



1. Citrato de magnesio, de SOLGAR, de fácil absorción.
2. Crema de magnesio, de GLOW BY HORMONE UNIVERSITY, enriquecida con colágeno y aceite de onagra para mejorar el sueño y las molestias musculares.
3. Calm Blend, de APIH, complemento a base de ashwagandha, lavanda y magnesio.
4. Magnesio + Vitamina B6, de KOBHO LABS, en formato bebible para tomar antes de dormir.
5. Complejo serenidad, de DAYS OF CONFIDENCE, para aliviar fluctuaciones hormonales con magnesio marino y extracto de ashwagandha y vitamina B6.
6. Magnesium, de JELLY PILLS, gominolas sin azúcares añadidos.
7. Magnesio Total, de IVB WELLNESS LAB, una combinación única de dos tipos de magnesio altamente biodisponibles: magnesio bisglicinato y magnesio malato.



Una nueva generación de geles, exfoliantes y BÁLSAMOS eleva nuestra rutina con texturas reconfortantes y aromas agradables. Porque una limpieza facial DIARIA respetuosa con la barrera cutánea es aval de una piel SANA. Por LAURA SOLLA.

UN PASO CLAVE



De izda. a dcha. y en el sentido de las agujas del reloj, Le Masque, de CHANEL, tratamiento purificante y exfoliante con cáscaras de camelia y perlas de jojoba; Abeille Royale Cleansing Care-In-Mousse, de GUERLAIN, con mieles reparadoras y jalea real para eliminar las impurezas preservando la barrera cutánea; Daily Lactic Acid Gel Cleanser, de VICTORIA BECKHAM, gel con ácido láctico que exfolia y suaviza la textura de la piel; Cold Plasma Plus+ Daily Detox, de PERRICONE MD, limpiador avanzado con arcilla desintoxicante y carbón encapsulado; Deep Cleansing Bio-Fermented Rich-Balm, de ORVEDA, bálsamo limpiador con péptido de semillas de moringa, aceite de buriti y manteca de karité.



De izda. a dcha. y en el sentido de las agujas del reloj, Total Cleans'r, de FENTY BEAUTY, espuma limpiadora a base de cereza de Barbados y coco; limpiadora hidratante, de MARY KAY, con aceite de girasol y glicerina; Jelly Deli Cleanser, de FACEGLOSS, limpiador de textura gelatina que se convierte en 'mousse' al contacto con el agua; Precious La Mousse Douce Nettoyante, de CLARINS, combina limpieza y tratamiento para una piel limpia, luminosa y revitalizada; y Very Rose, de NUXE, aceite desmaquillante sin fragancias enriquecido con almendra dulce.



Encore Une Fois, de INFINIMENT COTY PARIS, un elixir de vainilla de larga duración.

A

unque los gustos en materia de fragancias pueden ser antagónicos por un tema puramente cultural —en Japón, por ejemplo, hay una concepción del perfume como algo íntimo que, por una cuestión de respeto, prefieren que no invada el espacio ajeno—, la realidad es que hay dos deseos universales que suelen dirigir nuestra decisión de compra a lo largo y ancho del planeta: la duración y cierta (o mucha) proyección hacia el exterior. Como explica Eva Viñas, ingeniera química y vicepresidenta senior global de I+D en Coty, “el consumidor quiere que su fragancia dure y que le pregunten qué lleva”. Y eso, químicamente hablando, supone un gran reto. “La proyección de un perfume ayuda a la difusión o *sillage* y está íntimamente relacionada con la volatilidad de sus ingredientes y su habilidad para permanecer en el aire. La duración, en cambio, con la capacidad de los ingredientes de mantenerse más tiempo en la piel. Los perfumistas han de encontrar el balance adecuado entre la volatilidad y la permanencia para obtener el resultado que nuestros consumidores piden”, explica Viñas. A ese desafío técnico hay que sumar otros factores que intervienen en la evaporación del olor y que, por tanto, perturban y ponen en peligro esos deseos del comprador. Influye el pH o el tipo de piel (si es seca el olor se esfumará fácilmente). E, incluso, dice la experta para sorpresa de todos, la microbiota de cada persona. “Si a estas variables añadimos el gran número de ingredientes que un perfume contiene, la ecuación se vuelve bastante compleja”, señala. Por eso el afán de la industria es centrar sus esfuerzos en hacer aromas duraderos. Los del grupo Coty, que acaba de celebrar sus 120 años de historia, se han materializado en los últimos años mediante una adecuada selección de ingredientes a través de todo el espectro de perfiles de evaporación. Y recientemente con una tecnología inédita presente en una de las nuevas marcas de su portfolio, Infinitum Coty Paris. Es una colección de 14 fragancias de las que Sue Nabi, CEO de Coty Inc, es cofundadora junto a Nicolas Vu. “Es un método que ayuda a retener las moléculas, desafiando la volatilidad natural de los ingredientes, desacelerando su evaporación y extendiendo en el tiempo los distintos caracteres del perfume”, explica Viñas. Una tecnología que ejerce una acción magnética con las notas olfativas más volátiles y cuyo resultado son fragancias que prometen 30 horas de duración. Un sueño cumplido.

FÍSICA Y QUÍMICA

Queremos que nuestro PERFUME dure y deje RASTRO, pero desde el punto de vista tecnológico y químico no es tan fácil. Analizamos el DESAFÍO y las posibilidades que hay de cumplir estos deseos. Por ANA MORALES.

VOGUE COLLEGE OF
FASHION

Fórmate con el líder global en el mundo de la moda

MÁSTERES
DIPLOMAS
PRE-COLLEGE
CURSOS CORTOS
ONLINE

voguecollege.com

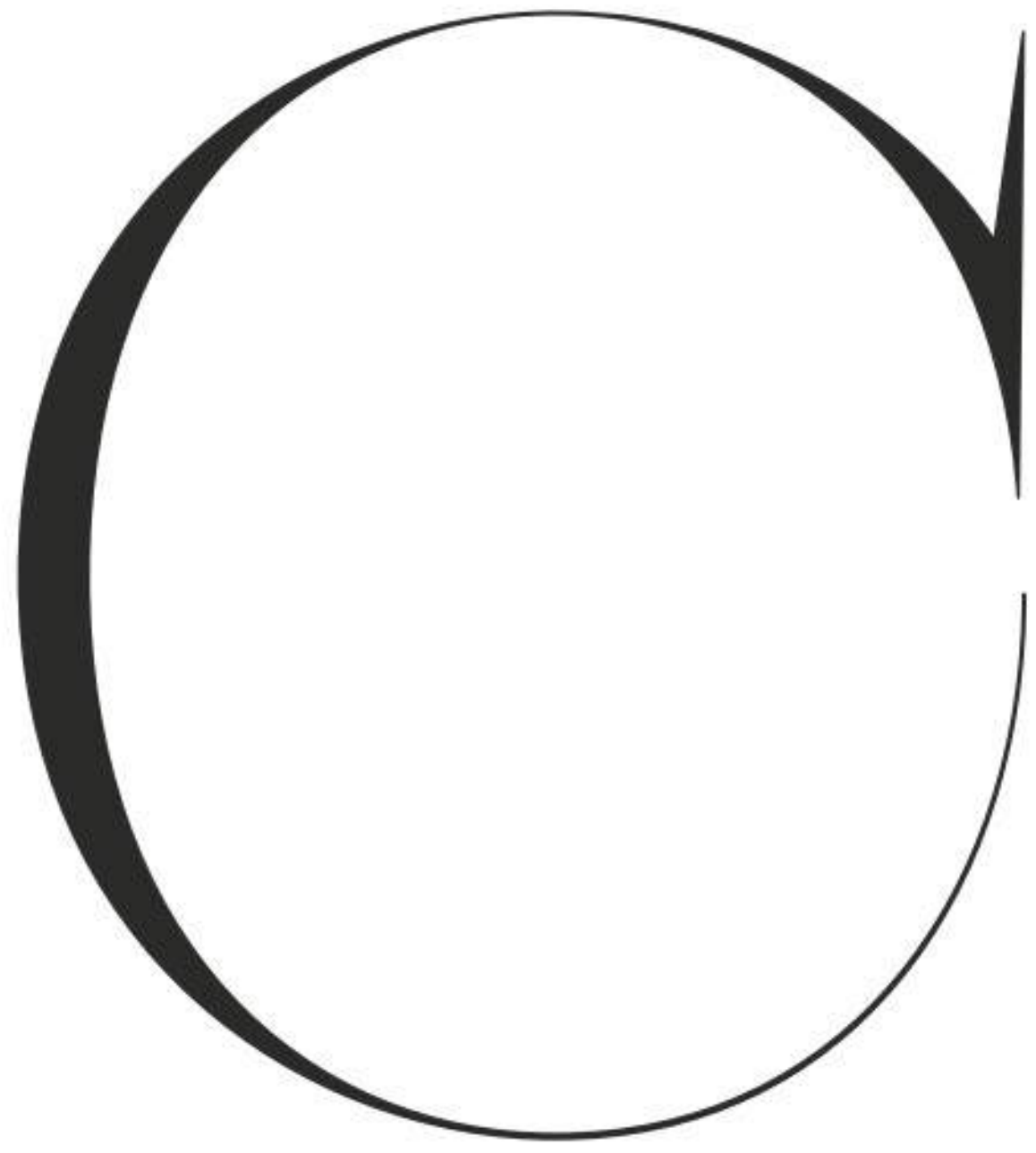


Londres

Madrid

Nueva York

Online



her, aka la diosa de la eterna juventud, confesaba a principios de los años 90 uno de los supuestos secretos de su aspecto y vitalidad en su libro *Cher Forever Fit: The Lifetime Plan for Health, Fitness and Beauty*: “Trato de evitar el alto contenido en grasas porque me hacen aumentar de peso. Los lácteos no son buenos, hace tiempo que pasé de la leche entera a la desnatada (cuando la tomo) y creo que el queso es de lo peor para el cuerpo. No se digiere bien y la mayoría son demasiado altos en grasas y colesterol”, escribía la intérprete de *I Got You Baby*. Pero para inesperadas confesiones gastronómicas, las de David Beckham sobre su mujer, Victoria. “Solo come pescado a la plancha y verduras al vapor; rara vez toma otra cosa. La única vez que la he visto probar algo de mi plato fue cuando estaba embarazada de Harper y fue lo más increíble del mundo... Fue una de mis noches favoritas. No recuerdo de qué se trataba, ¡pero sé que no lo ha vuelto a comer desde entonces!”, revelaba el futbolista al podcast británico *Table 4*, del restaurante londinense The River Café. Con esta introducción, sobra la pregunta: ¿también la élite *hollywoodiense* se excederá en sus comidas y cenas familiares, o contendrán sus caprichos incluso cuando el resto de mortales pecamos (casi) sin culpa? ¿Podemos permitirnó ciertas licencias en materia de nutrición o deberíamos aspirar a la fuerza de voluntad de Cher? Quién sabe, puede que incluso la ex Spice Girl se rinda en secreto al azúcar cuando los focos se apagan. “En mi opinión no siempre hay que buscar la versión *fit* de las cosas. Al fin y al cabo se trata de disfrutar de alimentos que consumimos en días puntuales del año. Por ejemplo, ¿de qué sirve preparar un roscón casero y bajo en azúcares, que posiblemente no nos guste tanto y no nos quite las ganas de comer uno ‘de verdad’, si solo lo vamos a tomar el día de Reyes? Lo ideal sería poder consumir este tipo de dulces en fechas determinadas y disfrutarlos sin sentir culpa ni obsesionarnos buscando la versión baja en calorías”, argumenta al respecto Laura Jorge, dietista-nutricionista fundadora del centro de nutrición y psicología homónimo. Lo que la experta recomienda puede extrapolarse a cualquier otra celebración o momento especial, ya sea un cumpleaños, una cita importante o, simplemente, un antojo esporádico: encontrar el equilibrio entre comer sano y disfrutar de alimentos procesados, azucarados o grasos de forma puntual. “Podemos reservarlos para días festivos o especiales y el resto, los días ‘normales’, seguir con nuestra rutina. Un buen truco sería no cocinar ni comprar en exceso e intentar comer en cantidades razonables –lo que necesitamos para quedarnos a gusto sin la típica sensación de malestar y pesadez–. Así, aunque nos salgamos de nuestra rutina habitual, seguirán predominando los buenos hábitos”.

Porque tan importante es seguir una dieta mediterránea –rica en frutas, verduras y cereales integrales– equilibrada y variada, como concedernos excepciones cuando procede. Al fin y al cabo unos cuantos días al año no determinan el trabajo de los meses restantes y las prohibiciones, especialmente cuando son tajantes y autoimpuestas, suelen traer consigo más contras que pros. “A veces demonizamos ciertos alimentos por el macronutriente predominante en ellos. El chocolate, por ejemplo, por la grasa y el azúcar o, si hablamos del pan, por los hidratos de carbono. Es un error común encasillar los

hidratos y las grasas como ‘malos’ sin ver los alimentos como un conjunto de todos sus nutrientes. Al final todo tiene cabida en una alimentación saludable y las prohibiciones pueden ser incluso peores por generar un mayor deseo o desencadenar una relación tóxica con la comida”, señala Jorge. “Es cierto que el queso tiene un alto contenido en grasas y colesterol, pero también es una fuente de proteínas, calcio y vitaminas A y B12. Todo depende de la cantidad y del tipo de queso consumido. En el caso del pan, su calidad nutricional dependerá del que escojamos. Los panes comerciales suelen incluir aditivos, menos fibra y azúcares añadidos, mientras que el pan de masa madre de obrador tiene menos ingredientes y se fermenta naturalmente, facilitando la digestión y mejorando la absorción de nutrientes. Además tiene menor índice glucémico, lo que hace que el azúcar en sangre suba más lentamente y evite picos de glucosa”, añade Leticia Carrera, farmacéutica, nutricionista, experta en bioquímica y directora del centro Felicidad Carrera.

Y, aunque en fechas señaladas caigamos en la tentación por la puerta grande, existen también alternativas para esos días en los que no queramos pecar con mayúsculas, pero tampoco renunciar a las mieles de un buen postre. ‘Caprichos saludables’ que ni la mismísima Cher desaprobó. “Podemos utilizar chocolate con un porcentaje alto de cacao para elaborar nuestras recetas caseras en lugar de chocolate con leche, con más azúcares y grasas de peor calidad. El turrón, por ejemplo, podemos hacerlo en casa utilizando chocolate negro fundido con aceite de coco y mezclado con algún cereal inflado (como la quinoa), para luego añadir frutos secos al gusto y dejarlo reposar en la nevera”, propone Jorge, que recomienda también endulzar nuestras sobremesas con fruta natural o deshidratada bañada en chocolate negro, como pueden ser los dátiles o los higos secos. “Por ejemplo, podemos servir una bandeja de fruta fresca antes de sacar las típicas opciones más calóricas, así nos saciaremos antes y evitaremos llenarnos únicamente con los dulces”. Sea como fuere e independientemente de lo que adorne nuestra mesa, lo importante, recuerda la nutricionista y autora del libro *¿Qué nos mueve a comer así?* Laura Parada, es no restringirse en exceso. “Muchas personas se proponen dietas estrictas días antes de las fiestas para que el efecto no se note tanto. Esta restricción tiene el efecto contrario, ya que luego se nos antojará todo lo que no comimos los días previos”. Y aunque es cierto que no debemos tirar todo por la borda a la mínima, disfrutar de la comida de forma equilibrada es esencial. Al fin y al cabo ya lo dice el refranero español: una vez al año no hace daño.

PLACER SIN CULPA

Los REMORDIMIENTOS no tienen cabida cuando de lo que se trata es de CELEBRAR en la mejor compañía.

Porque pecar, siempre que se haga de forma PUNTUAL, es menos pecado. Por LAURA SOLLA.

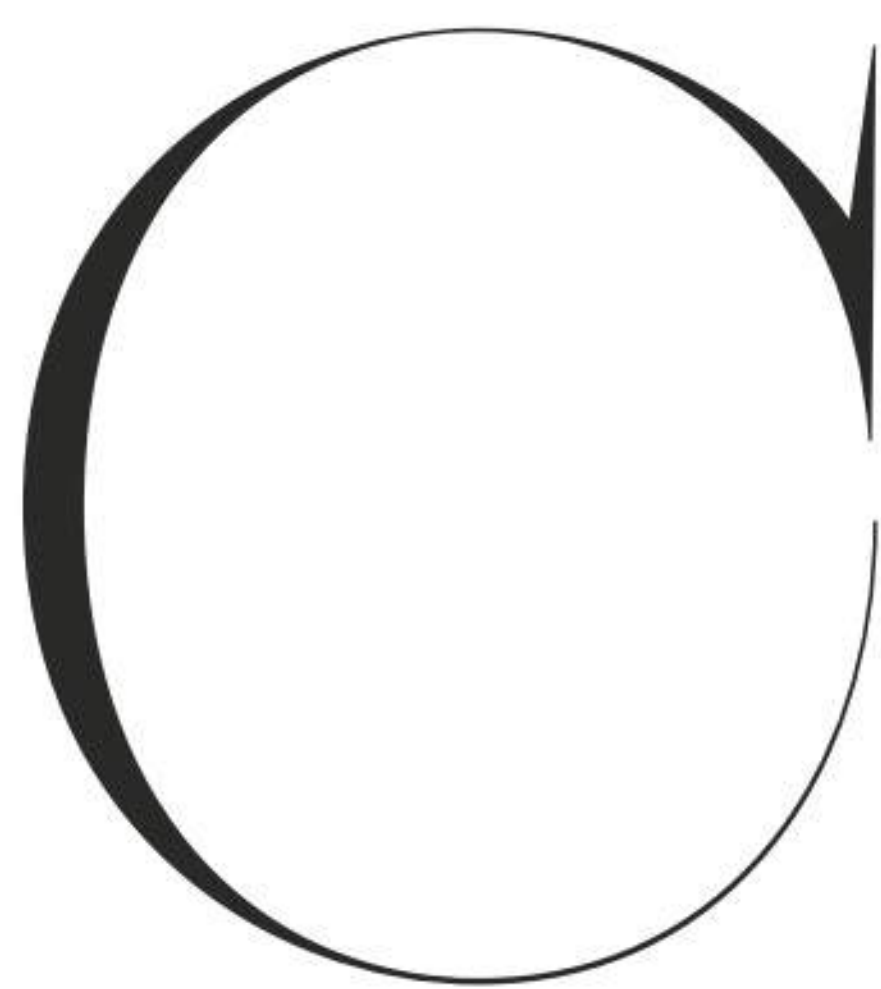
“SE TRATA DE
DISFRUTAR DE LA
COMIDA SIN
OBSESIONARNOS
CON BUSCAR
LA VERSIÓN ‘FIT’”.





MANOS Y MIMOS

La llegada del INVIERNO y la caída de las temperaturas aumentan la importancia de un cuidado extra para nuestras MANOS. Es el momento de que las 'eternas olvidadas' de nuestra rutina cosmética dejen de serlo. Por LAURA SOLLA.



uando hablamos de autocuidado, es la piel de nuestro rostro la que sale claramente mejor parada; lociones, tónicos, sérums y todo tipo de cremas se acumulan en nuestros neceseres con objetivos diferentes, y seguimos religiosamente cada día su orden de aplicación con gusto. Y está bien, por supuesto, pero no por ello debemos relegar al olvido otras partes de nuestro cuerpo que también demandan su dosis diaria de mimos. Las manos, eternas olvidadas, son una de ellas. “Su piel tiene características diferentes por su exposición constante y por las diferentes funciones que realizan. El tejido de la palma es más grueso para tener más resistencia y protección, mientras que la del dorso es muy fina y delicada y contiene menos colágeno y elastina en comparación a otras áreas, lo que la hace más vulnerable a la deshidratación y la pérdida de firmeza y elasticidad. También presentan pocas glándulas sebáceas, por lo que producen menos grasa natural y por tanto se secan con mayor facilidad”, apunta Natalia Moisés, médico estético del grupo antienviejecimiento de la Dra. Sánchez-Dehesa.

Características especiales que, como apunta la experta, demandan también cuidados especiales. Sobre todo, en invierno. “El frío produce sequedad, grietas y propicia la aparición de los signos del envejecimiento. Para paliar sus efectos es fundamental el uso de cremas nutritivas con componentes como el ácido hialurónico o la glicerina, manteca de karité o aceites como el de rosa mosqueta, caléndula, almendra u oliva. Es importante hidratarlas al menos dos veces al día, mañana y noche, y también tras lavarnos las manos para contrarrestar el efecto de los jabones —aunque si tienden a researse, llevar en el bolso una crema hidratante y aplicarla siempre que sea necesario marcará la diferencia—. Protegerlas del frío con guantes al salir a la calle si las temperaturas lo requieren, exfoliarlas suavemente una vez por semana para eliminar las células muertas, secarlas a toques y sin frotar tras cada lavado o aplicar crema solar 356 días al año son otros de sus consejos. Si ponemos en práctica estas sencillas recomendaciones, repararemos el daño causado hasta el momento mientras prevenimos el que está por venir.



De izda. a dcha., y de arriba abajo, crema de manos enriquecida con un 20% de manteca de karité biológica, de L'OCCITANE; Great Barrier Relief, con almendra, manteca de karité, niacinamida y panthenol, de TWELVE BEAUTY; jabón exfoliante enriquecido con huesos de oliva pulverizados, de DYPTIQUE; La Crème Main, crema de manos formulada con un complejo de derivados de la camelia, de CHANEL; Eight Hour Cream, crema de manos con agentes emolientes calmantes que alivian y suavizan, de ELIZABETH ARDEN; Médie Liquid Hand Soap, jabón de manos con aceites orgánicos de oliva y copra, de TRUDON; y Le Baume, bálsamo para manos, labios y cuerpo con extracto de centella asiática, de DIOR.

LA TEMPERATURA DEL AGUA INFLUYE

La experta recomienda utilizar agua tibia o fresca, ya que cuanto más caliente, más se dañará el manto hidrolipídico de la piel. Un gesto tan sencillo como girar un poco más que de costumbre el regulador de nuestro grifo puede hacer que nuestras manos se agrieten menos, se sientan más suaves y se vean (y estén) más cuidadas.

ENCUENTRA EL JABÓN ADECUADO

Busca jabones e higienizantes de manos sin perfumes ni sulfatos, con un pH ligeramente alcalino que mantenga la acidez de la piel y la proteja de bacterias y patógenos. Utilizar un jabón inadecuado puede deteriorar la barrera de protección natural produciendo alteraciones en la capa lipídica que aumentarán la probabilidad de pequeñas fisuras en la capa más superficial.

EL TRUCO DE LOS COPOS DE AVENA

Para complementar al jabón, Pedro Catalá, doctor en farmacia y fundador de Twelve Beauty, recomienda tener un bol con copos de avena cerca del lavabo y, con las manos humedecidas, frotarlos y enjuagar después. Según Catalá, “la avena no sustituye al jabón tradicional ni tiene propiedades antibacterianas relevantes, pero aporta suavidad y evita la sequedad”.

TUS MEJORES AMIGOS: LOS GUANTES

A la hora de enfrascarnos en las tareas domésticas evitarán que los productos químicos, detergentes o simplemente el agua deterioren nuestras manos. Aplicar una capa gruesa de crema a modo de mascarilla y cubrirnos con unos guantes de algodón durante media hora dará como resultado unas manos reparadas y nutridas.

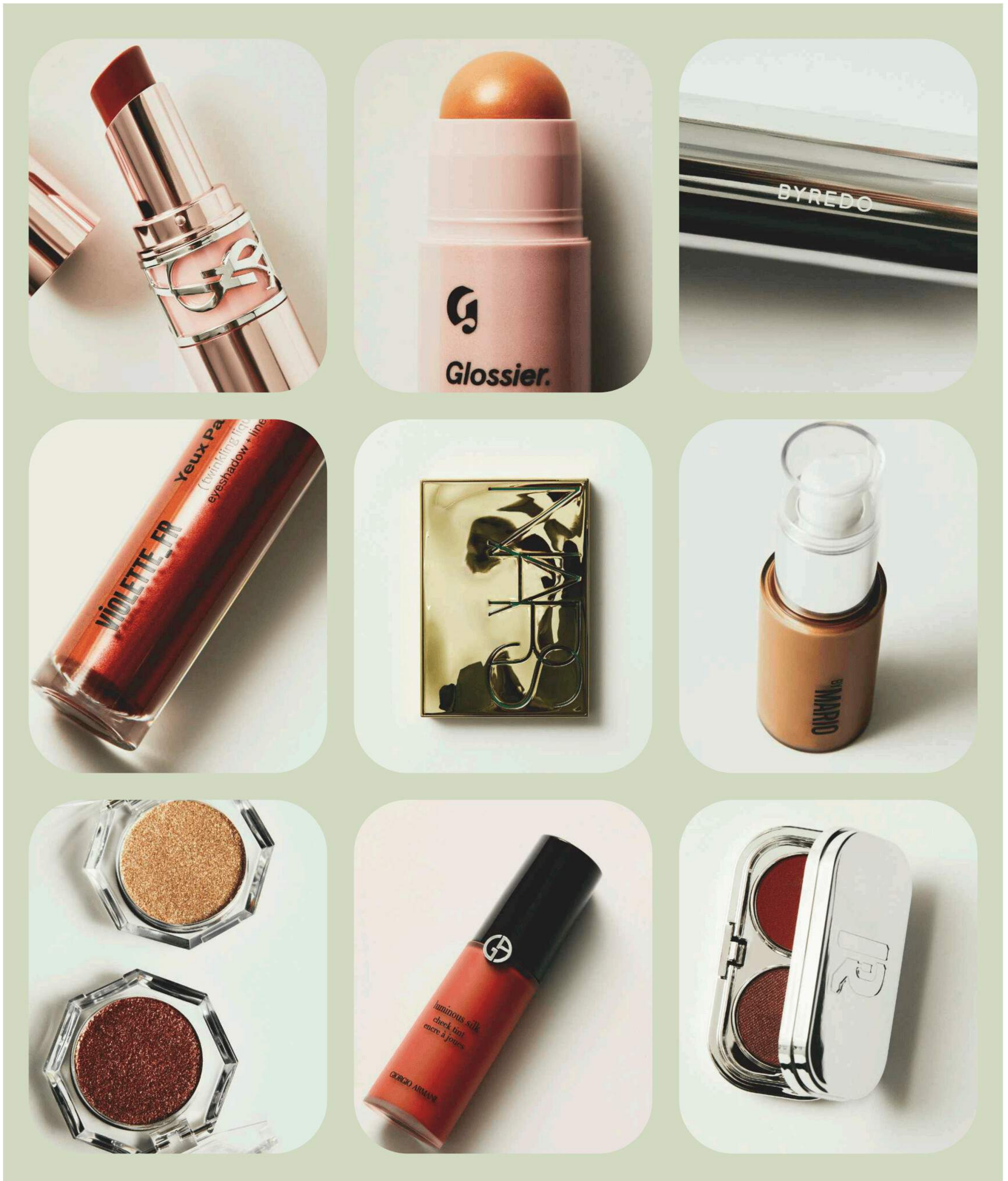
LA CREMA SOLAR, NO SOLO PARA EL ROSTRO

Las manchas son uno de los signos del envejecimiento que más preocupan. Con la sobreexposición solar prolongada en el tiempo, los llamados lentigos seniles —nombre de este tipo de pigmentación— aumentan en número y tamaño además de oscurecerse, y la piel de nuestras manos (junto con la del rostro y cuello) es la que más sufre su manifestación. La fotoprotección es esencial para prevenirlas y atenuar su apariencia.



UNO PARA (CASI) TODO

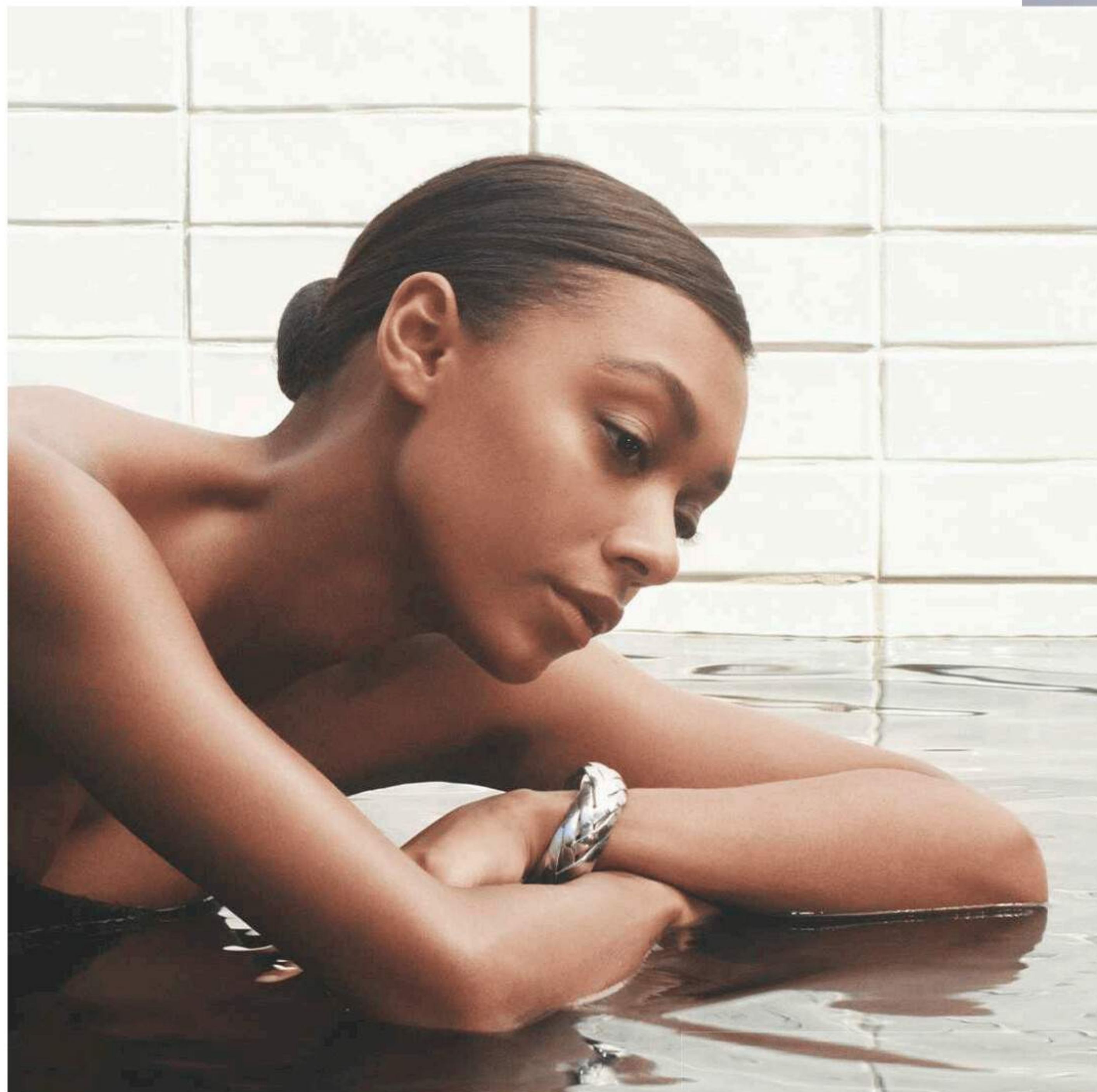
Si algo caracteriza el buen hacer de los MAQUILLADORES es su creatividad para dar nuevos usos a los productos. Su alquimia tiene más sentido que nunca con los nuevos cosméticos MULTIFUNCIÓN que diversifican posibilidades. Por ANA MORALES.



En la página anterior, de izda. a dcha, y de arriba abajo, Lip & Cheek Balm, de ROWSE, con manteca de mango; Tint Idôle, de LANCÔME, para ojos, rostro y labios; Lumi Glotion, de L'ORÉAL PARIS, se puede usar solo o sobre el maquillaje; Blusher Lip & Cheek, de CAROLINA HERRERA; Rebalancing Setting Powder, de PRADA BEAUTY, para un efecto matificante en cualquier zona del rostro; Forever Glow Maximizer, de DIOR, iluminador hidratante; Glow Fusion, de KIKO MILANO, gotas iluminadoras versátiles; Phyto-Eye Twist, de SISLEY, se puede usar como 'eyeliner' y sombra de ojos; Face & Eyes Match, de DOLCE & GABBANA BEAUTY, se utiliza como polvos de sol y sombra de ojos. En esta página, Loves Shine Candy Glow, de YSL BEAUTY, bálsamo labial efecto mojado que se puede usar en las mejillas; Future Dew Solid, de GLOSSIER, un híbrido de sérum-iluminador; barra con color Solar Flare, de BYREDO, funciona como iluminador y para realzar ojos y labios; Yeux Paint, de VIOLETTE FR, se puede utilizar como sombra de ojos, 'eyeliner' e, incluso, en el arco de Cupido; Pure Luxury Light Reflecting Cheek & Eye Palette, de NARS, polvos para rostro y ojos; Bronzing & Shaping Serum, de MAKEUP BY MARIO, sérum bronceador para dar color y esculpir; Disco Crush, de TOO FACED, brillo perlado para ojos y rostro; Check Tint Luminous Silk, de ARMANI BEAUTY, colorete multifunción con efecto acuarela; Mini-Blush Palette, de RABANNE, bálsamo para mejillas y labios.

DE AUSTRALIA A MADRID

SOPHIE WILD *encarna el deseo y la ambigüedad de las nuevas fragancias de LOEWE Perfumes. Por CECILIA CASERO.*



EN CUERPO Y ALMA

"Mi relación con el ejercicio ha cambiado. Ya no solo lo hago por mantenerme en forma, sino por mi salud mental, y eso ha aumentado mi motivación y constancia. La natación me ha cambiado la vida. Creo que es increíblemente terapéutica".

COMO EN CASA

"Cuando viajo me gusta llevar objetos que me hagan sentir cerca a los míos. Hace un par de años encontré unas varitas de incienso que huelen a plantas autóctonas de Australia y me conectan con ellos".



M

i primer recuerdo es ir al baño de mi abuela cuando era niña, mirar todas sus fragancias y olerlas una por una. Era la mujer más glamurosa y elegante. Cuando huelo alguno de sus aromas, me entra mucha nostalgia pero también hace que me sienta cerca de ella", confiesa la actriz Sophie Wild sobre su personal colección de memorias olfativas. La australiana protagoniza —convenientemente acompañada de Jamie Dornan— la última campaña de Loewe Perfumes, donde juega a evocar esa particular emoción, entre el anhelo y el misterio, que tan bien encapsula todo lo que hace Jonathan Anderson, director creativo de la firma. "Cuando era más joven solía ser fiel a una misma fragancia, pero ahora cambio con bastante frecuencia. Mi aroma refleja mi estado de ánimo o cómo quiero presentarme un día determinado", concede Wild. El mismo espíritu cambiante que ofrece la nueva gama de perfumes de la firma de raíces españolas.



GRANDES GENIOS

"Soy una gran admiradora de Loewe y Jonathan [Anderson]. Tienen una habilidad increíble para crear mundos únicos que me emocionan y me inspiran. Mundos de los que quiero ser parte".

FRAGANCIAS EVOCADORAS

"El olor del jabón que mis abuelos usaban cuando era pequeña es uno de los más especiales. Supongo que me transporta con mucha nitidez a mi infancia y tengo muy buenos recuerdos de esa época".



SUSCRÍBASE

A LAS HISTORIAS QUE EMOCIONAN Y
AL ENTRETENIMIENTO QUE LE INFORMA.

Home Delivery-1 año por 36€

RECIBA LA REVISTA EN CASA Y CONSIGA UNO DE
ESTOS **BOLSOS ZUBI** COMO REGALO DE BIENVENIDA



SUSCRÍBASE O REGALE AQUÍ
SUSCRIPCION.REVISTAVANITYFAIR.ES



N

unca quiso ser florista, pero el lado más sensorial de las plantas empujó a Noemí Iniesta Amo (Sabadell, 1987) a crear un espacio muy singular. Su atelier floral, Alblanc —nombre que bebe de la idea de partir de una hoja en blanco, sin referencias y con un camino propio—, nació en 2017 y se remonta a un encargo muy especial: diseñar las flores para la boda de su mejor amiga. Iniesta estudió Diseño Gráfico en EINA, el Centro Universitario de Diseño y Arte de Barcelona. “Mi madre se convirtió en florista cuando yo tenía 14 años”, recuerda. “Las flores siempre han sido parte de mi vida, pero no entendí el beneficio de comprarlas o la necesidad de tenerlas en casa hasta que llegué a Bruselas”, confiesa la artista. Con 23 años se mudó a Bélgica para ampliar sus estudios, un país con cielos azules escasos y donde añoró mucho la presencia de estos detalles naturales. “La oscuridad de la ciudad me afectaba emocionalmente y las flores eran una alegría para mi alma”, asegura. Comprar ramos cada domingo se transformó pronto en un hábito con el que descubrió el carácter sensitivo y personal que implicaba decorar espacios con flores. “Tener un jarrón de tulipanes en el salón te cambia la vida”, afirma.

Volver a Barcelona marcó un antes y un después en su trayectoria. A pesar de sus planes predefinidos, su futuro le condujo a seguir la tradición familiar. “Me movió la paz de conectar conmigo misma al estar rodeada de flores”, declara. Crear ramos o el simple hecho de poder tocarlas era algo que la hacía feliz y, tras muchas reflexiones y la definición del concepto en su mente, nació Alblanc en el corazón del barrio barcelonés de Poble Nou. “Creía que era un trabajo superficial, pero me di cuenta de que es todo lo contrario”, admite. “Las flores son una fuente de belleza, bienestar y relajación. Son salud y toda una reflexión sobre la felicidad”, aclara. Tomó el concepto de atelier, una modalidad de enseñanza muy extendida en Bélgica que promueve la interacción, como inspiración para construir el ambiente: un espacio de trabajo acogedor, donde compartir ideas y conocimientos.

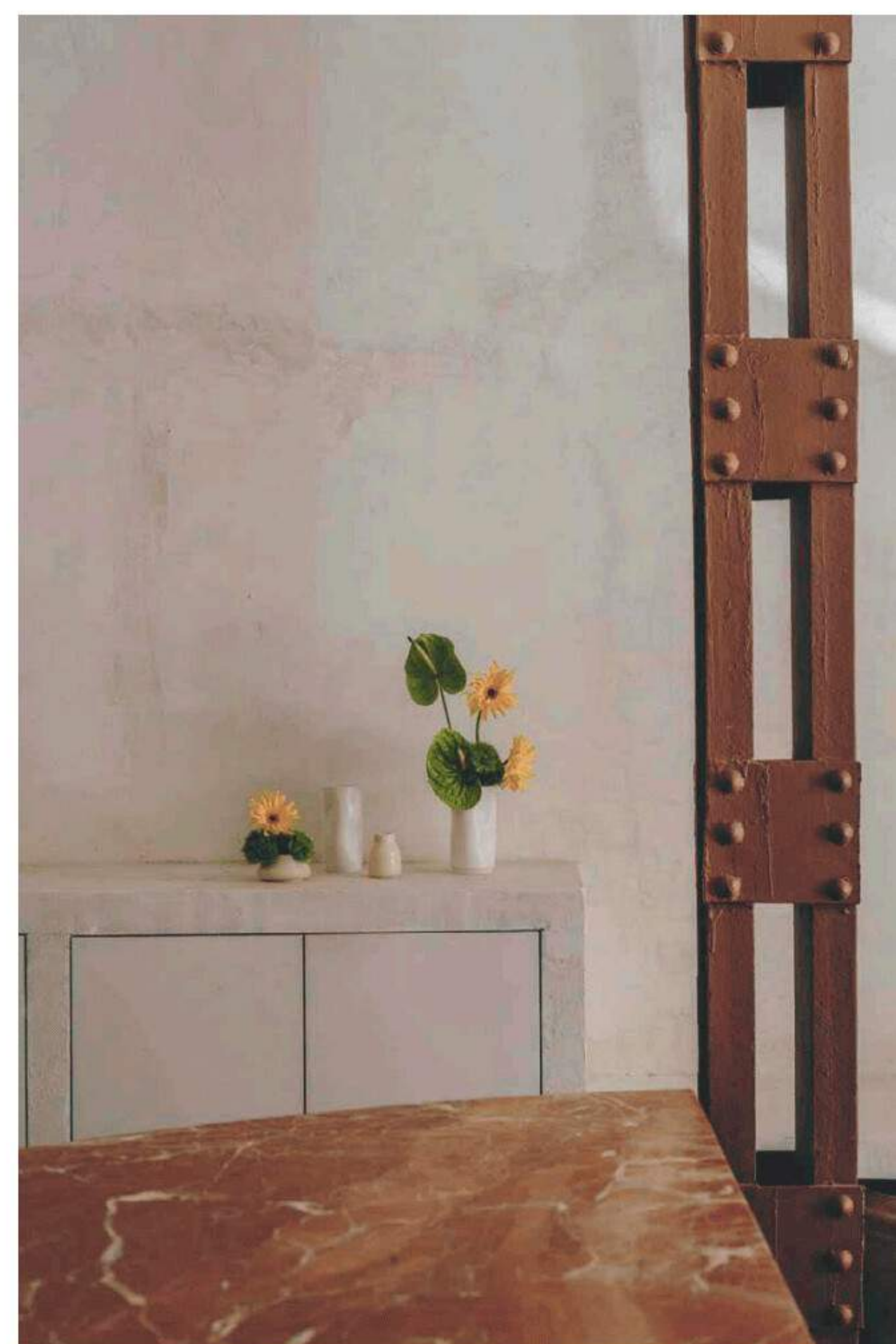
Flores para la VIDA

Reconectar con la NATURALEZA movió a Noemí Iniesta a crear ALBLANC, un proyecto floral con sede en Barcelona que ha llegado a Madrid para continuar sembrando emociones. Por MARÍA QUILES.

Cumplió su propósito de alejarse de la idea de una tienda de flores convencional y creó de cero su propia estética. “Al volver de Bruselas, descubrí que las ciudades eran un lugar hostil para mí y Alblanc se convirtió en una vía de escape”. Con una decoración mediterránea inspirada en las masías catalanas de L’Empordà, en la Costa Brava, su taller olvida el bullicio de la calle. “Todas mis decisiones inconscientes crearon un lugar donde siento la máxima felicidad, esa sensación de ir descalzo en verano o la impresión de poder frenar el tiempo”, detalla sobre el espacio, distinguido por sus techos altos, sus grandes ventanales y con la tradicional bóveda catalana muy presente. “Es como adentrarte en un oasis. Mis clientes no saben decirme por qué, pero no quieren irse”.

Los talleres florales fueron una forma de acercar su mundo, una idea con poco recorrido por aquel entonces en España. “Surgen de la vocación por conectar a nuestros clientes con lo natural y ofrecerles píldoras de conocimiento para integrar las flores en su vida”, explica. Noemí les ayuda a crear coronas, centros de mesa, arreglos y regalos muy especiales, pero también transmite el cambio emocional y personal que puede desencadenar en alguien integrarlas en su vida. “No es solo admirar la flor y dejarte llevar por la predilección que te ha hecho escogerla, sino conectar con tu interior”.

Siete años después, este mundo floral ha llegado a Madrid. “Necesitábamos compartir nuestra inspiración”, cuenta. Se aventuraron a lanzar una tienda *online*, pero debían escalar un peldaño más. “Alblanc es un proyecto muy humano, tener dos talleres al mes no era suficiente”, asegura. “Queríamos estar más cerca, ver las sonrisas que se asoman en la entrega de un ramo”, añade. La mayoría de sus pedidos provenían del barrio madrileño de Chamberí, donde dieron luz verde a un proyecto de tienda más convencional el pasado mes de mayo —siempre bajo el aura tan característica de la marca—. “Este espacio muestra mi yo más maduro a todos los niveles”, algo que Iniesta ha plasmado en el estilo de esta se-



gunda *boutique*. “He viajado mucho a Japón, he leído sobre su cultura y he aprendido aspectos técnicos que ahora están presentes en mi tienda de Madrid”, explica. Lo nipón converge con las referencias mediterráneas, el aire estival y la naturaleza en un espacio creado por el estudio de arquitectura Plantea Estudio, asentado en la capital y especializado en proyectos de interiorismo. “Llevamos

corriendo mucho tiempo, ahora mi objetivo es que se desarrollen con calma todas las ideas que tenemos en mente”, explica la florista. “Aunque, si me permito soñar un poco, mi proyecto de vida es montar un quiosco de flores”, confiesa Noemí. De hecho, el nuevo rincón donde Alblanc está en contacto con su comunidad se acerca a este concepto que Iniesta tanto anhela.

En la página anterior, la fundadora de Alblanc retocando un centro floral. En esta página, algunos de los rincones y elementos más distintivos de su nuevo espacio en Madrid.

La NUEVA COCINA *se escribe en* FEMENINO

De triunfar en redes sociales a liderar un negocio culinario al margen de los fogones profesionales.

El último fenómeno gastronómico se cuece en ESPACIOS PRIVADOS y son las mujeres quienes llevan, al fin, la voz cantante.

Por GARBINE CONTINENTE.

S

i algo ha demostrado la profesión culinaria en los últimos años es que la gastronomía trasciende la restauración. Si antes abrir un bar o restaurante era la única opción viable para desarrollarse, actualmente existen infinidad de opciones para hacerse un hueco en el sector. La tendencia actual se guisa en las redes y la protagonizan chefs –en su mayoría, mujeres– que han visto en las plataformas digitales un escaparate con mucho potencial donde hacer gala de su buen hacer en los fogones. Muchas de ellas, además, han desarrollado a partir de ahí un oficio donde el servicio de chef privado se posiciona en el centro del negocio. Trabajan para clientes particulares a los que les apasiona la gastronomía pero, también, para marcas y empresas que quieren crear acciones redondas donde la comida ocupe un lugar importante.

Entre ellas está Verónica Gómez de Liaño, quien, tras ser semifinalista en la décima edición del programa de Televisión Española MasterChef, vio en Instagram una vía por la que desarrollar su carrera profesional, en un momento en el que no tenía claro hacia dónde dirigirse ni, mucho

menos, contaba con una infraestructura para abrir un local propio. “Recurrí a esta figura porque me permitía dedicarme a la cocina sin necesidad de tener un espacio físico. Es un modelo de negocio bastante rentable porque te adaptas a la demanda –desde la contratación del personal a la compra de productos–”, concede. Aunque en su imaginario romántico reine la idea de tener un lugar abierto al público, asegura que las facilidades que otorga el trabajo por encargo, la flexibilidad de los gastos y la capacidad de funcionar sin una estructura fija la liberan de cierta presión.

Una idea que suscribe Paula Casado, otro de los rostros más conocidos del sector de las *gastroinfluencers*. En su caso, tras haberse desarrollado como estilista de moda, decidió darle una oportunidad a la vocación que la había acompañado desde la infancia. Se graduó en el Le Cordon Bleu y trabajó en varios restaurantes –Casa Dani o Eleven Madison Park, ambos en Nueva York– para aprender el funcionamiento de un proyecto de altura. Pero pronto entendió que su camino era otro. “Mi meta era aunar esa pasión con un estilo de vida sostenible en cuanto a horarios y conciliación y, tristemente, los espacios profesionales no son una opción. También sabía que en este pequeño *persue of happiness* que había elegido no quería meterme en un restaurante para crecer progresivamente y luchar por tener una estrella en unos años, sino que quería cocinar y disfrutar del proceso sin la presión ni la competitividad que se viven en la alta cocina”, confiesa. En su lugar, abrió

un canal de recetas que, pronto, calaron en el público masivo; y no tardaron en llegarle peticiones para trasladar su *know how* a cenas privadas y eventos comerciales.

El funcionamiento de esta alternativa por la que ambas han optado es sencillo: el cliente contacta con la chef y le cuenta sus necesidades –del tipo de celebración al número de comensales o las preferencias gastronómicas–, la profesional elabora una propuesta y, cuando el cliente la acepta, se pone manos a la obra. Entre los inconvenientes que acarrearán este tipo de servicios está la ausencia de un lugar fijo en el que llevar a cabo los procesos del cocinado. Por otro lado, resulta inevitable preguntarse, ¿es fácil sostener la personalidad y el estilo propio cuando tienes que responder ante la petición de un particular? “Mi experiencia confirma que puedes mantener tu esencia al 100 % mientras te adaptas a los deseos del cliente. Evidentemente, marco mis límites y entiendo que si una persona me quiere contratar es porque le gusta mi estilo”, explica, basándose en sus trabajos, Verónica Gómez de Liaño, que asegura





FOTO: ELENA OLAY. D.R. ESTILISMO: PATRICIA LÓPEZ. AYUDANTE DE ESTILISMO: MARÍA REQUEJO.

encontrar muchas más ventajas en el formato: romper con la monotonía que implica, a nivel culinario, un restaurante tradicional, retarse con las peticiones recibidas y, sobre todo, poder desarrollar un carácter propio. En su caso, dar protagonismo a los vegetales y ponerlos en el centro del plato, en lugar de relegarlos a un segundo plano, se ha convertido en su seña de identidad. Una apuesta que sostiene Paula Casado: “Me encanta investigar sobre las frutas y verduras de temporada según el mes en el que se haga la cena e intentar que estén presentes en casi todos —si no todos— los platos. En algunos, como acompañamiento; en otros, como hilo conductor y, muchas veces, como absoluto protagonista. Creo que las verduras son las mejores aliadas de cualquier menú”.

Pero si alguien puede hablar en positivo de la repercusión de crear un espacio privado donde desarrollar su creatividad culinaria es Heba Kharouf. “La idea de montar una casa de comidas ha estado en mi cabeza desde el inicio, pero sabía que era un proceso que podía tardar meses, in-

cluso años, y no podía esperar tanto para comenzar a compartir mis platos, aunque fuese en otro formato y en otra dimensión”, recuerda la chef. Así, comenzó orquestando un *brunch* semanal, que pronto trasladó al formato de cena, donde elaboraba platos inspirados en la cocina tradicional del Mediterráneo oriental. Aquellas citas pronto se dieron a conocer, la prensa se interesó por su trabajo y cuando su apartamento en La Latina no sostenía la demanda, abrió su primer restaurante. Un año después, Farah es uno de los proyectos gastronómicos más aclamados y solicitados de la capital.

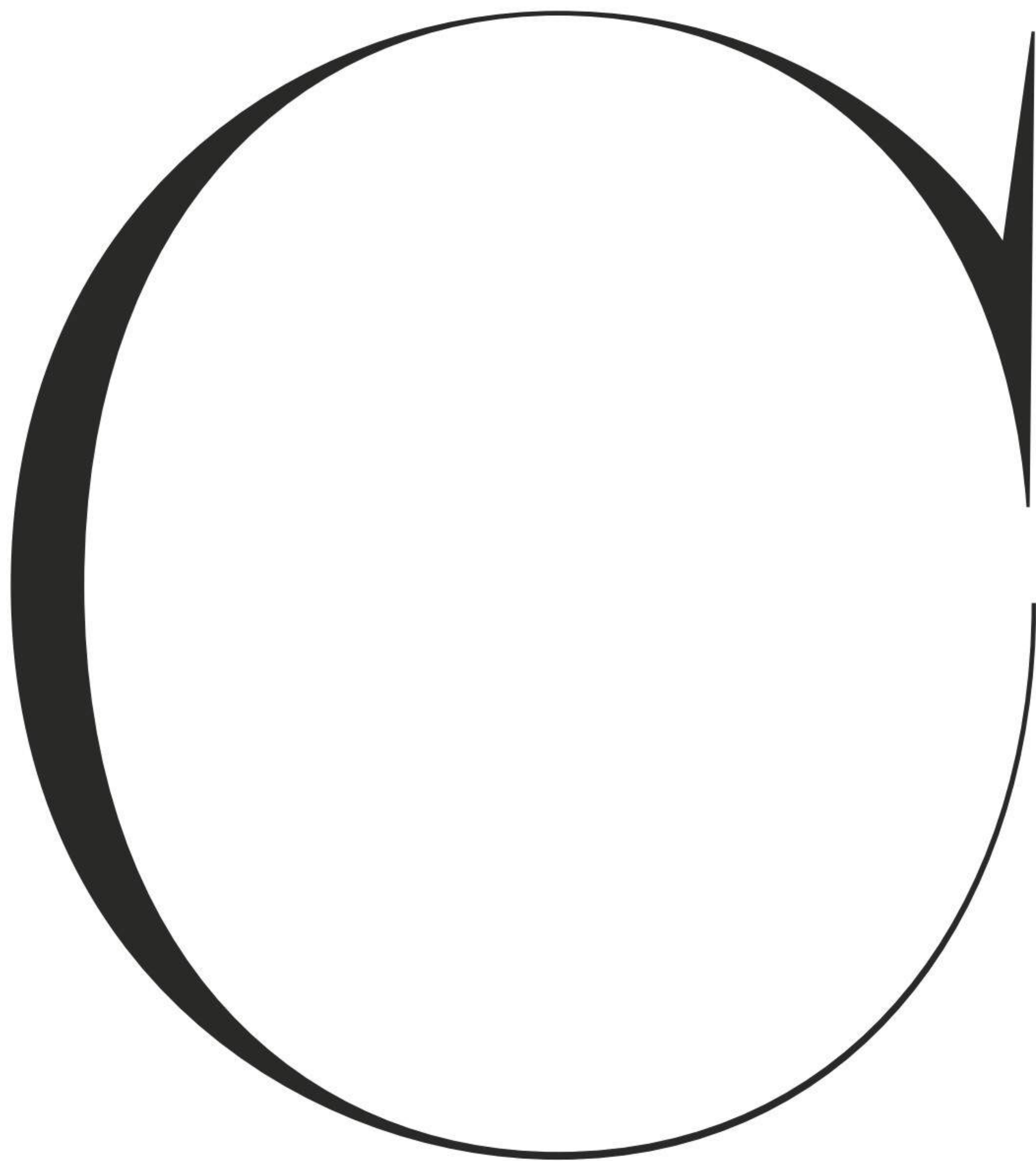
La conclusión es clara: hay vida más allá de la hostelería y el servicio de chef privado se ha convertido en una alternativa idónea para quienes inician su carrera; un oficio que habitualmente se complementa con la publicación de contenido relacionado en las redes y que otorga mucha visibilidad, no solo frente a particulares, sino también de cara a marcas y empresas. Un fenómeno plagado de creatividad, originalidad y rentabilidad donde, por fin, son las mujeres quienes están al mando.



De izda. a dcha., y de arriba abajo, copa de cava ultraligera, de ZARA HOME; botella Anna de Codorníu brut ecológico, de CODORNÍU; libro ‘Menu Design in Europe’, de TASCHEN; caviar tradicional de Riofrío disponible en PETRA MORA; y vela pequeña Tomato Leaves, de LOEWE SCENTS.

TODO EL MUNDO QUIERE A AMAIA

Siete años después de dar el salto a la esfera pública, AMAIA ROMERO presenta su tercer álbum: 'Si abro los ojos no es real'. El trabajo que la confirma como una ESTRELLA que no es (ni quiere ser) como las demás. Fotografía DAVID GÓMEZ-MAESTRE. Estilismo ALICIA PADRÓN. Por GARBINE CONTINENTE.



uenta Amaia Romero (Pamplona, 1999) que cuando era pequeña tenía una fantasía recurrente. “Encendía el *radiocassette* en el salón de mi casa y empezaba a cantar imaginando una actuación en mi colegio en la que sorprendía a todos con mi talento”. Dos décadas más tarde, la artista lanza su tercer álbum, está a punto de protagonizar su concierto más multitudinario hasta la fecha –el que tendrá lugar el próximo 23 de febrero en el WiZink Center de Madrid– y acumula hasta un millón de escuchas mensuales en Spotify.

Arranca un prometedor 2025 y la artista navarra ya no necesita presentación. Tras consagrarse como ganadora del concurso televisivo *Operación Triunfo* en 2017, experimentó en primera persona la parte más abrumadora de una popularidad súbita e involuntaria. Sin embargo, da la impresión de que la fama, en su sentido más convencional, no es algo que le interese demasiado. “La vivo de una forma un poco superficial. Cuando vino todo esto me dejé llevar. Pero ahora yo tengo mi vida en Barcelona y tampoco es que me afecte mucho. No salgo a la calle y viene una masa de gente a perseguirme. Tengo mi trabajo, pero hago mi rutina, como cualquier otra persona”.

Sus declaraciones no son más que la confirmación de una conquista que no está al alcance de todos los artistas, haber sorteado el fenómeno que la acompañó en sus inicios y tomado las riendas de su propia carrera, sin dejarse llevar por las expectativas ajenas. La conclusión, al analizar su lugar en el contexto actual de la industria musical es que, pese a haber debutado con 18 años, siempre supo hacia dónde quería dirigirse. “Más que saber lo que quería, estaba segura de lo que no. Que la decisión no fuera mía, dejarme llevar por los deseos de otros... Siempre he tenido claro que iba a hacer lo que yo quiero”, zanja.

A sus espaldas cuenta con dos álbumes en solitario, *Pero no pasa nada* (2019) y *Cuando no sé quién soy* (2022), y una primera –aunque magnífica– inmersión en la pequeña pantalla. Su papel en *La Mesías*, la serie dirigida por Los Javis para Movistar Plus+, la descubrió ante el público como una intérprete de altura –nominación a los Premios Feroz mediante–. “Siempre supe que era una gran actriz. Amaia tiene la capacidad de interpretar, de cantar, de componer, un gran talento musical y, sobre todo, un corazón enorme y una brújula muy grande para saber lo que quiere hacer



*Abrigo de
GIVENCHY;
'shorts' de
WOLFORD,
calcetines de EMILIO
CAVALLINI;
guantes de MAX
MARA; zapatos de
GIANVITO ROSSI;
y pendientes de
TOUS ATELIER.*





*Gabardina de LORO
PIANA; bodi de
WOLFORD; zapatos
de CHRISTIAN
LOUBOUTIN;
pendientes de
GIVENCHY; reloj de
CARTIER; guantes
de MAX MARA; y
medias de EMILIO
CAVALLINI.*



*Abrigo de
BALENCIAGA;
bodi de WOLFORD;
diadema de
CHANEL; collar de
MOSCHINO; y
anillos de BVLGARI.*



*Vestido de terciopelo
y medias, ambos de
DIOR; zapatos de
ADRIANA HOT
COUTURE; pulsera
de CARTIER; y
anillos de TOUS
ATELIER.*

“ME GUSTA PENSAR QUE HABRÁ MUCHOS HOMBRES CAGADÍSIMOS POR COSAS QUE HAYAN HECHO EN EL PASADO”.

y cómo quiere hacerlo”, concede Javier Ambrossi, que conoció a la artista durante su paso por *Operación Triunfo* y no dudó en contar con ella, años después, como parte del *casting* de la serie. “Algo que descubrimos juntos es que le gusta mucho ser actriz, lo disfruta y tiene mucha capacidad para hacerlo. Es un diamante, debería seguir trabajando en esto”, sentencia el director. Una opinión con la que la propia Amaia se siente alineada: “Me gustaría hacer cosas que nadie espere, que es algo a lo que a mí siempre me gusta jugar”. En este contexto, resulta inevitable preguntarle por los proyectos que aceptaría en una primera llamada. La respuesta aparece al instante: “Hombre, Almodóvar sería increíble. Sería un sueño y diría que sí sin pensarlo”.

Su trayectoria, meteórica e impecable, la ha llevado a protagonizar su primera portada de *Vogue* España. “Sabía que era una posibilidad pero cuando realmente se confirmó me hizo una ilusión increíble. Sé que no se lo podía decir a nadie, pero tuve que contárselo a algunos amigos porque no me lo podía callar”, admite con la espontaneidad que la caracteriza. La publicación de este reportaje coincide con el lanzamiento de *Si abro los ojos no es real*: un trabajo gestado durante dos años en estudios de Madrid, Barcelona y Miami en el que han participado productores de la talla de Ralphie Choo —“Es despreocupado pero meticuloso, mágico pero tangible y cercano. Es de polos opuestos, como ella también un poco, ¿no?”, dice el productor sobre el álbum—, Alizzz o Daniel 2000, y compositoras como Amore o Irene Garri. Estas alianzas han dado como resultado un disco que introduce percusiones latinas y elementos electrónicos que acompañan a letras en las que, una vez más, la artista navarra vuelve a recurrir a las reminiscencias infantiles, temas trascendentales como la muerte o los variopintos referentes que ha ido incorporando a su radar: de Marisol y Rocío Durcal a Núria Graham o La Rebe. Lo hace, eso sí, desde un punto de vista colmado de madurez.

¿Siempre has sido capaz de reivindicar lo que te gusta?

En la adolescencia me daba un poco de vergüenza que me gustara tanto Marisol. Yo siempre he sentido orgullo de las cosas que admiraba, pero ha habido cosas concretas que me he callado, por miedo a ser juzgada. Hoy en día sigo trabajando para que se me quite un poco esto. Porque aunque no lo parezca, me importa bastante lo que piensen de mí. Al fin y al cabo, estás completamente expuesta y siempre hay gente opinando sobre lo que haces. Cuando pasó todo el fenómeno de OT yo tenía 18 años. Siento que todo aquello llegó en un momento en el que yo era muy inmadura, muy niña. Y creo que eso me ha afectado en esta cosa de que me dé miedo lo que piensen. Pero es algo que se puede trabajar, no es nada grave.

Tu relación con tu madre está muy presente en este disco. Le lanzas una petición muy directa. En *Maps* le dices: ‘No busques Amaia en Internet’. ¿Es 100% real?

Sí, me sabe mal decir esto de mi madre, pero me busca mucho en Internet. También porque yo soy un poco dejada con los mensajes. Vivo en Barcelona y puedo pasar un par de días sin contestar. Entonces, ella necesita saber de mí, me busca para saber lo que

hago. Lo típico de una madre. Pero sí, no hay nada que me haya imaginado, es una de las canciones más sinceras del disco.

¿Cuál fue su reacción al escucharla?

Se emocionó un montón. Lo primero que me dijo fue: “Amaia, yo no te busco en Internet” [Risas]. El tema incluye cosas que son un poco duras de decir a una madre, pero le hizo mucha ilusión tener su propia canción. Además, me dijo que le recordaba a Mecano, y es un grupo que a ella le encanta.

Te defines como una persona muy familiar. ¿Te ha generado culpa el hecho de haberte ido tan pronto de casa?

Sí, por mis padres, sobre todo por irme de una forma tan repentina. Mucha gente se va con 18 años de casa, pero nadie lo esperaba en mi familia. Mi madre, sobre todo, lo pasaba mal, porque, al final, soy la pequeña de tres hermanos. Y de repente me fui, tenía una vida nueva en Barcelona y entiendo que para ella fue muy duro. En aquel momento la culpaba y le decía: “Es mi vida”, pero con el tiempo he logrado entenderla y empatizar con ella. También llega un momento —y, en mi caso, ha sido hace relativamente poco— en el que pasas de ver a tu madre solo como una madre y la valoras como ser humano. Al fin y al cabo, es una persona que ha tenido su vida antes de mí, y eso me ha ayudado a entenderla y dejar de culparla —porque eso me hacía sentir muy culpable a mí también—.

El universo de Amaia es tan particular como inabarcable. Admite sentirse cómoda yendo a contracorriente: mientras la mayoría de artistas de su generación se rinden a los pies del género urbano, ella apuesta por sonidos oníricos, letras cargadas de nostalgia y mezclas experimentales. Esa suerte de rebeldía se palpa en su forma de mostrarse ante el mundo. En su perfil de Instagram, las colaboraciones con marcas brillan por su ausencia, no hay más de un *post* por mes en su *feed* y sus publicaciones en *stories* son, como se suele decir, bastante *random*. “Me cuesta ser constante. Hoy en día, que todo va tan rápido —es un poco de lo que habla *Tocotó*—, siempre está el miedo a que se olviden de ti. Es un temor que tengo y contra el que intento luchar. Procuro estar más presente, que es algo que me cuesta y que ahora forma parte del trabajo. Ser artista conlleva serlo todo, *influencer*, cantante... Tienes que estar ahí todo el rato”. Una dicotomía que, sin embargo, vista desde fuera adquiere una óptica distinta: “Creo que de manera no intencionada le sale ser *cool* y molar, sobre todo porque no tiene filtros”, zanja Ralphie Choo.

Pero siempre te has mantenido bastante al margen.

Porque valoro muchísimo mi privacidad. Tampoco soy una persona a la que le guste estar muy expuesta. Siempre intento mantener el equilibrio entre mi vida normal y la exposición, y las redes están en el medio. A veces subo cosas que me hacen gracia. Y, aún así, a cada cosa que publico le doy muchas vueltas, solo que intento que parezca todo lo contrario.

El hecho de que la mayoría de artistas de tu generación estén tan presentes, ¿te ha generado presión?

Hay pensamientos muy tóxicos, comparaciones, que dedicándote a esto y estando de cara al público, se magnifican aún más. Al final,

*Vestido con
cristales, de
PRADA.*





*Americana y
pantalón, ambos de
PALOMO SPAIN;
camisa y corbata,
ambas de EMPORIO
ARMANI; guantes
de GUANTE
VARADÉ; botas de
BALENCIAGA; y
reloj de BVLGARI.*



“HAY MUCHA MÁS EXIGENCIA PARA LAS MUJERES: TIENEN QUE SER GUAPÍSIMAS, CANTAR INCREÍBLE, BAILAR GENIAL”.

los números están ahí. Y yo intento alejarme de eso, pero hay momentos en los que se me hace inevitable y, a veces, he pecado de compararme con otros artistas. Pero hay que ser consciente de que estos pensamientos los tiene todo el mundo, es algo humano y natural y también hay que aceptarlos.

Otra de las aristas de las redes sociales es el activismo. Muchas veces se espera de personajes influyentes que se posicionen a nivel político, ideológico, que procuren concienciar sobre ciertas causas. A veces siento que me tendría que posicionar más de lo que lo hago. Porque es verdad que tienes un altavoz enorme y es muy importante usarlo, sobre todo hoy en día, que las cosas están como están. Pero, no sé por qué, es algo que me cuesta. No por el hecho de posicionarme, sino por publicar algo que no suelo publicar. Me cuestiono mucho las cosas y me pongo mucha presión a mí misma sobre este tema.

La opinión pública y el posicionamiento ideológico son una constante en las redes sociales. El feminismo es uno de los movimientos más movilizadores en ese sentido.

Creo que es muy sano que se hable y se exponga. Porque ayuda a lo que se está hablando mucho hoy en día, a que la vergüenza tiene que cambiar de bando. Ojalá se consiga la igualdad pronto, pero creo que esta dirección es buena. A la sociedad le ayuda a sensibilizarse más sobre el tema y tener un nivel de exigencia mucho más alto.

¿Crees que estamos cerca un #metoo masivo en la industria de la música?

Cerca no lo sé, pero sí que creo que lo que está pasando ahora, con todas las acusaciones a hombres famosos que están saliendo a la luz, es algo muy bueno. Que se hable y se exponga. A mí me gusta pensar que ahora mismo habrá muchos hombres cagadísimos por cosas que hayan hecho en el pasado. Es algo que me gusta pensar: que se jodan. Entonces, no sé si estamos cerca de que todo cambie, pero sí creo que este paso es muy importante.

Tú empezaste a labrarte una carrera en la industria siendo una mujer muy joven. ¿Has sufrido el machismo –en la forma que sea– en primera persona?

Sobre todo, lo que yo he sentido es que, en general, hay mucha más exigencia para las mujeres que para los hombres. O sea, las mujeres tienen que ser guapísimas, cantar increíble, bailar genial, llevar un *show* espectacular. Y luego los hombres salen con un micro y una sudadera y es como: “¡Uah! ¡Qué pasada!”.

¿Cómo consigues sobrellevar esa presión sobre el aspecto físico y la imagen?

He tenido temporadas de mucha inseguridad, de verme muy fea. Pero es algo que me ha pasado desde pequeña, no solo a raíz de dedicarme a la música. A las mujeres, en general, se nos impone la presión de estar siempre guapas. Yo he tenido épocas de no poder salir de casa si no estaba maquillada. Superar eso es difícil, a mí me ha costado. Y esto es algo que, después de *Operación Triunfo* y hasta hace relativamente poco, me seguía pasando. Incluso salir un día a la calle en el que me veo muy fea y que me reconozcan, me incomoda muchísimo. He llegado a decir: “Ay, hoy estoy horrible”. Te justificas por estar fea.

Y, ¿en qué punto estás ahora?

En general, mi relación con mi imagen es buena. Puedo estar perfectamente sin ducharme, con el pelo sucísimo, sin maquillar, y no siento la incomodidad que sentía hace unos años.

Eres una artista que gusta mucho, que cae bien a todo el mundo. ¿Tú misma lo percibes así?

Es verdad, es que caigo muy bien. ¡Ay! Esto seguro que luego se lee por escrito y piensan: “Madre mía, esta tía” [Risas]. Pero sí, es algo por lo que me siento muy afortunada y valoro muchísimo. Haberme sentido siempre tan querida y respetada por la gente.

Tu punto de partida, tras salir de *Operación Triunfo*, era muy alto. ¿Has sentido de alguna manera la presión de mantener ese nivel de popularidad y de cariño?

Sí, pero no tanto por dejar de gustar sino porque se olviden de ti, porque hoy en día todo se olvida rapidísimo. Mi miedo va sobre todo de eso. Pero el punto en el que estoy ahora me parece perfecto. Tampoco me gustaría tener un nivel mayor de exposición o de fama al que tengo ahora. Mi objetivo sería mantenerme como estoy.

Está bien controlar la ambición porque puede ser peligrosa. Podrías decir, ‘ahora lleno el WiZink Center, lo siguiente es un Bernabéu...’.

Mi ambición, básicamente, es esa: ser una artista consolidada con una carrera muy a largo plazo. Pero no creo que mi persona pudiese aguantar un nivel de popularidad muy grande. Siento que yo no estoy hecha para eso. Porque me considero una persona a la que le gusta tener una vida normal.

¿Crees que la imagen que tiene la gente de ti se corresponde realmente con quien tú eres?

Qué buena pregunta. Eso es algo que nunca he tenido muy claro, la verdad. Pero ya no solo con respecto al público, sino también con mis amigos o mi familia. Siento que mi percepción de mí misma, a veces, no se corresponde mucho con la que tiene el resto. No sabría decir concretamente en qué, es un concepto complejo y abstracto. Por ejemplo, me dicen mucho lo de ‘tienes que hacer esto, es tan tú...’. Y es como... ¿tú, qué sabes? Si ni yo misma lo sé a veces [Risas]. Es una frase que me repiten mucho y me hace bastante gracia.

¿Quién eres realmente?

Amaia es una chica que ha cumplido 25 años, que se ha empezado a plantear bastantes cosas de la vida por primera vez. Siento que he encontrado el amor de mi vida y estoy muy contenta con eso. Ha supuesto un cambio muy importante, la verdad. Estoy bastante orgullosa de la mujer que soy y de la gente que me rodea, me siento muy afortunada por la vida que tengo y me gustaría mantenerla.

De niña te imaginabas conquistándonos a todos con tu talento. ¿Cuál sería, ahora, tu gran sueño? Permítete fantasear.

Me encantaría ir a la luna. Siempre me ha llamado la atención todo lo relativo al espacio y me gustaría, por ejemplo, que llegase algún tipo de señal extraterrestre. Vivir ese momento de la historia en el que por primera vez haya algún tipo de contacto. Siempre que sea de buen rollo, claro.

*Vestido de LOEWE;
sombrero de LORO
PIANA; pulsera de
TOUS ATELIER; y
medias de EMILIO
CAVALLINI.*

*Peluquería: Franco
Gobbi (Streeters) para
Fragile Cosmetics.
Maquillaje: Helene
Vasnier (Home
Agency) para Victoria
Beckham Beauty.
Manicura: Martina
Martínez. Atrezo: Cito
Ballesta. Ayudantes
de fotografía: Edu
Orozco y Héctor Fraile.
Técnico digital: Miguel
Benajes. Ayudante de
moda: Alazne Torres.
Ayudante de atrezo:
Alfredo Pérez.
Producción en
localización: Carlota
García-Velasco.
Producción: Sample.
Agradecimientos:
Hotel Thompson
Madrid y Barceló
Torre de Madrid.*



!BATHAS CONMIGO?





GRAND SLAM
NEW YORK
#1 RATED
SOUVENIR SHOP
IN NEW YORK

MARRIOTT
MARQUIS
WITNESS THE ORIGIN
TRANSFORMERS
ONE
ONLY IN THEATRE
SEPTEMBER
Dolby Cinema
REAL D 3D
MARRIOTT
MARQUIS

IT JUST KEEPS GETTING HOTTER
CHICAGO
THE MUSICAL
AMBASSADOR THEATRE • 49TH ST. AT BROADWAY • NO FEES AT THE BOX OFFICE

SPORTS FAN SHOP
GRAND SLAM
DISCOUNT
GIFTS &
SOUVENIRS
#1 RATED
I LOVE
NY

En medio del Theater District en Nueva York, la bailarina Dakota Moore-Lizotte lleva vestido de BOTTEGA VENETA; gafas de sol del estilista; y sus propias zapatillas.



Desde siempre, hemos movido nuestros CUERPOS para expresarnos con gracia, brío, estilo, actitud y una elegancia estudiada. 'Vogue' reúne a un amplio abanico de BAILARINES y modelos -en ambientes que van del 'ballet' y los musicales de Broadway a las 'raves' y las pista de baile-, los viste de manera ecléctica -con volantes y plumas, tul y vaqueros, cuero y pantalones de chándal, elegantes drapeados y una mezcla de 'balletcore' y calle- y les pide que se muevan al ritmo de la MÚSICA y que bailen como si todo el mundo les estuviera mirando.

*Fotografía INEZ & VINOODH.
Estilismo ALASTAIR McKIMM.*

*En la página anterior,
de izda. a dcha., Bibi
Breslin lleva pantalón
de ERL; y jersey de
MOSCHINO. Angelina
Kendall luce chaqueta y
vaqueros, ambos de LU'U
DAN; y camiseta de
HEAVEN BY MARC
JACOBS. En esta página,
la bailarina Jordyn White
lleva vestido de volantes,
de MARC JACOBS.*







De izda. a dcha., Vivienne Rohner lleva esmoquin de VICTORIA BECKHAM. Georgie Williamson, jersey y pantalón, ambos de ACNE STUDIOS; y collar de BONBONWHIMS. Amelia Gray, camiseta de HEAVEN BY MARC JACOBS; y pantalón de VETEMENTS; calzoncillos de MOSCHINO; collares y pulseras, de DON'T LET DISCO y NIALAYA. Lulu Tenney, chaleco de ERL; y vaqueros de LU'U DAN. Y Bibi Breslin, chaqueta y pantalón, ambos de ERL; y jersey de MOSCHINO.



*Lulu Tenney—que evoca
a Suzanne Charny en
'Sweet Charity', de Bob
Fosse— lleva vestido de JW
ANDERSON; guantes de
PAULA ROWAN; zapatos
de SAINT LAURENT
POR ANTHONY
VACCARELLO; y
pendientes de alta joyería,
de CHOPARD.*

*Dakota Moore-Lizotte,
con 'look' de alta costura,
de SCHIAPARELLI.*

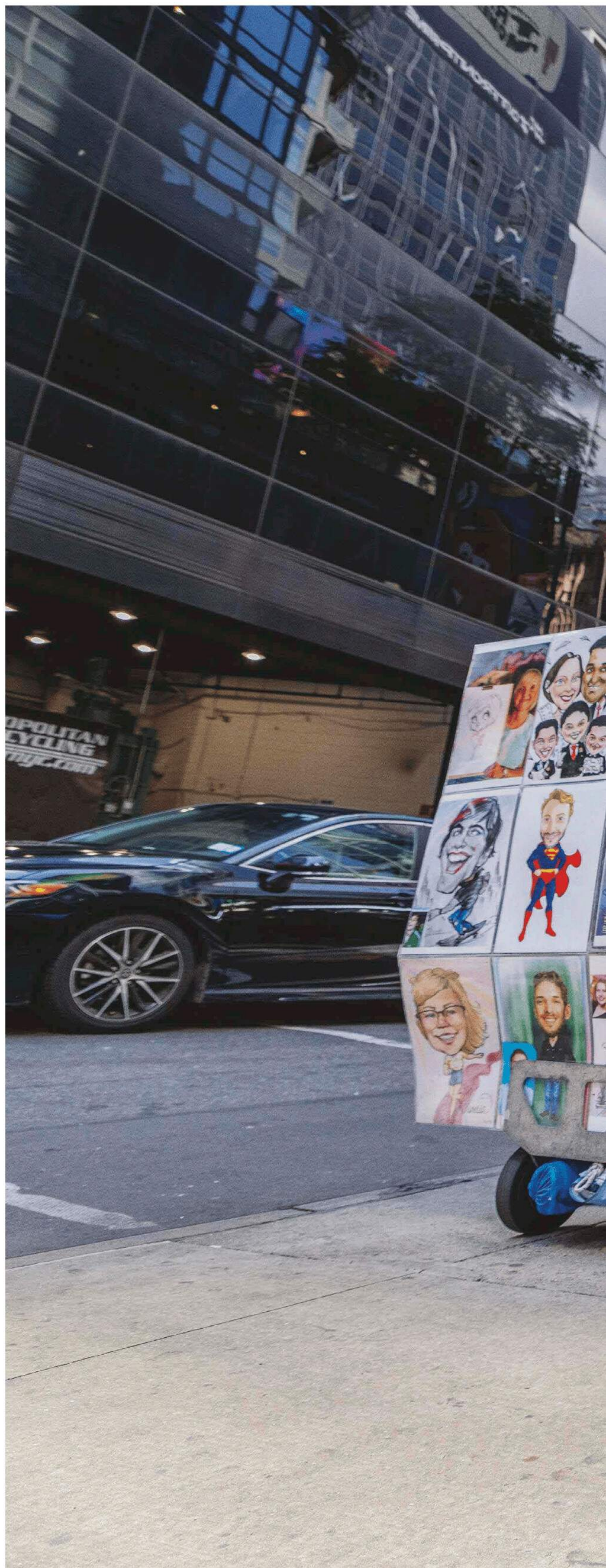




De izda. a dcha., Natalie Brumley lleva abrigo de VAQUERA; y vestido y calzoncillos, ambos de SAINT LAURENT POR ANTHONY VACCARELLO. La bailarina Liana Zhen-ai Kleinman luce sudadera con capucha (a la cintura) y pantalón, ambos de HEAVEN BY MARC JACOBS. Y el actor y bailarín José Lapaz-Rodríguez, con 'look' de BIANCA SAUNDERS.



*Dakota Moore-Lizotte
lleva 'look' de la colección
Balenciaga Couture 53,
de BALENCIAGA.*







*Jordyn White lleva top
'bandeau', pantalón,
calzoncillos y pendientes-
collar, todo de ALAÏA.*

*Georgie Williamson lleva
vestido de 'ballet' de alta
costura, de CHANEL.*







*La bailarina Antonina
Skobina lleva vestido de
PROENZA SCHOUER.
A su lado, Denys Drozdyuk,
con quien hace dueto, con
'look' de SAINT
LAURENT POR
ANTHONY
VACCARELLO.*





*En la página anterior,
Angelina Kendall –cual
Odette en ‘El lago de los
cisnes’– lleva top de
PRADA; y tiara de
JENNIFER BEHR.
En esta página, Dakota
Moore-Lizotte, con
‘look’ de MIU MIU; y
calentadores de CAPEZIO.*



*De izda. a dcha., Vivienne
Rohner lleva esmoquin de
VICTORIA BECKHAM.
Amara Gisele, chaqueta
y pantalón, ambos de
DURAN LANTINK.*





*La bailarina Brooke
Martin-Éder lleva
vestido de GUCCI.*







*Dakota Moore-Lizotte
—delante del Museo Solomon
R. Guggenheim— con
abrigo de ALAÏA.*

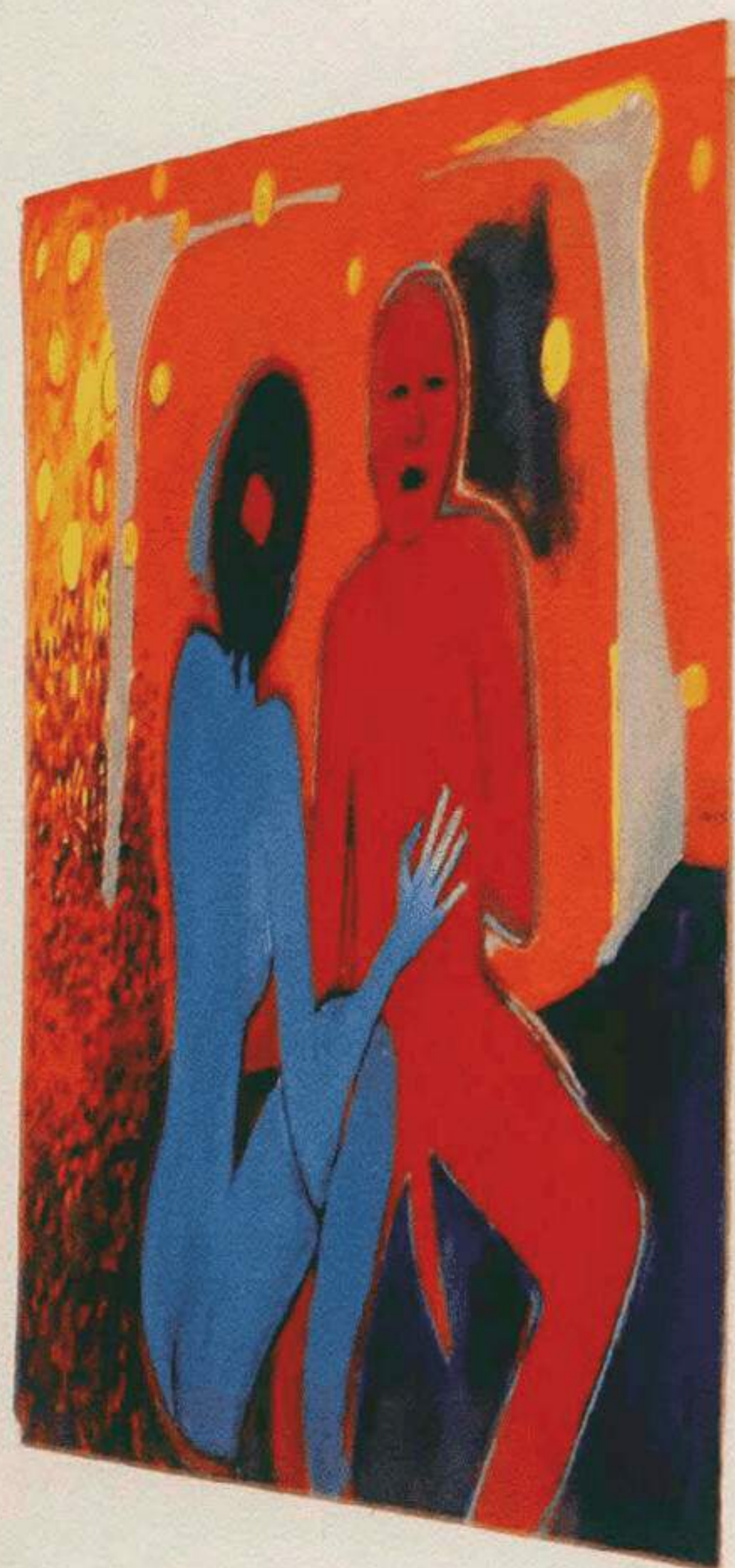
*Peluquería: Mustafa Yanaz.
Maquillaje: Mark
Carrasquillo. Manicura:
Deborah Lippmann. Sastrería:
Martin Keehn. Producción:
VLM Productions. Director
creativo de movimiento:
Stephen Galloway.*

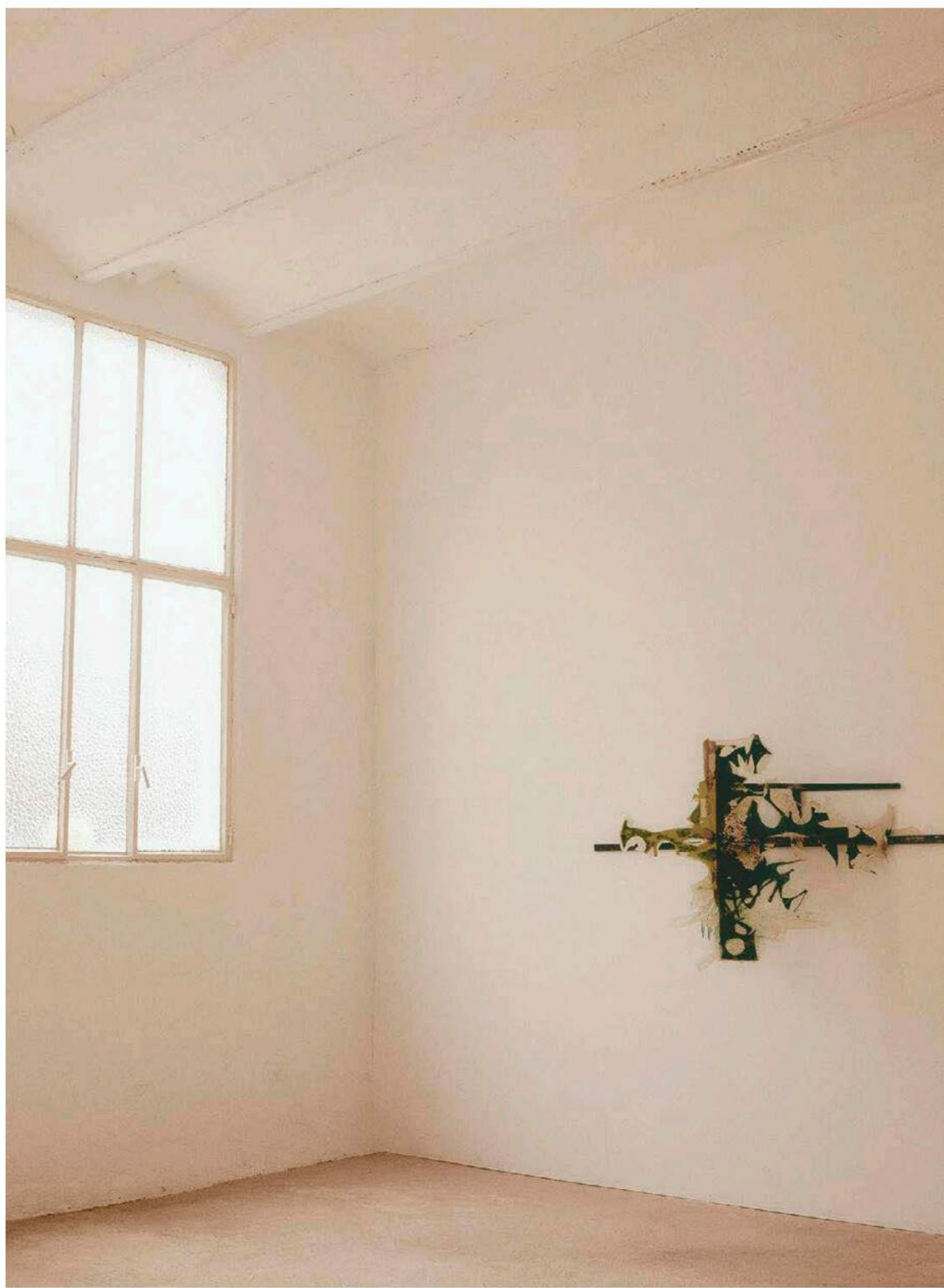
El arte DEL BARRIO

En pleno corazón de Carabanchel, la GALERÍA BELMONTE, el proyecto de Sol Abaurrea y Ana Coronel de Palma, promueve la obra de creadores que buscan (y encuentran) su sitio. Fotografía SILVIA RETANA. Estilismo PATRICIA LÓPEZ. Por CECILIA CASERO.



*A la izquierda, Sol
Abaurrea lleva
camisa de algodón de
MOISÉS NIETO;
vaqueros Collage
Soft, de EDWARD
CUMING; y
bailarinas
Ante Ava, de
AUGUSTA. A su
lado, Ana Coronel de
Palma lleva polo
de GUEST IN
RESIDENCE;
pantalones Viscose
Relaxed Hielo, de
CORDERA; y
sandalias Pesca de
HEREU. La obra
expuesta es de
Claudia Rebeca
Lorenzo.*





U

n grupo de vecinas del barrio entra en Belmonte charlando animadamente mientras dentro la artista Lucía Bayón —una de las creadoras que forman parte del porfolio de la galería— recorre su exposición de escultura junto a un comisario que acaba de llegar. La actividad es continua —y variada— en esta antigua vaquería del popular distrito madrileño de Carabanchel que desde hace algo más de un año acoge el proyecto empresarial y artístico de Sol Abaurrea (Barcelona, 1988) y Ana Coronel de Palma (Madrid, 1990). La idea de galería Belmonte, como tantas otras, se gestó en la pandemia. Ambas habían trabajado juntas en Albarrán Bourdais y había buena sintonía así que, tras una breve etapa junto a una tercera socia que les sirvió como iniciación al emprendimiento, se decidieron a montar un lugar propio donde dar cabida a los artistas con los que conectaban.

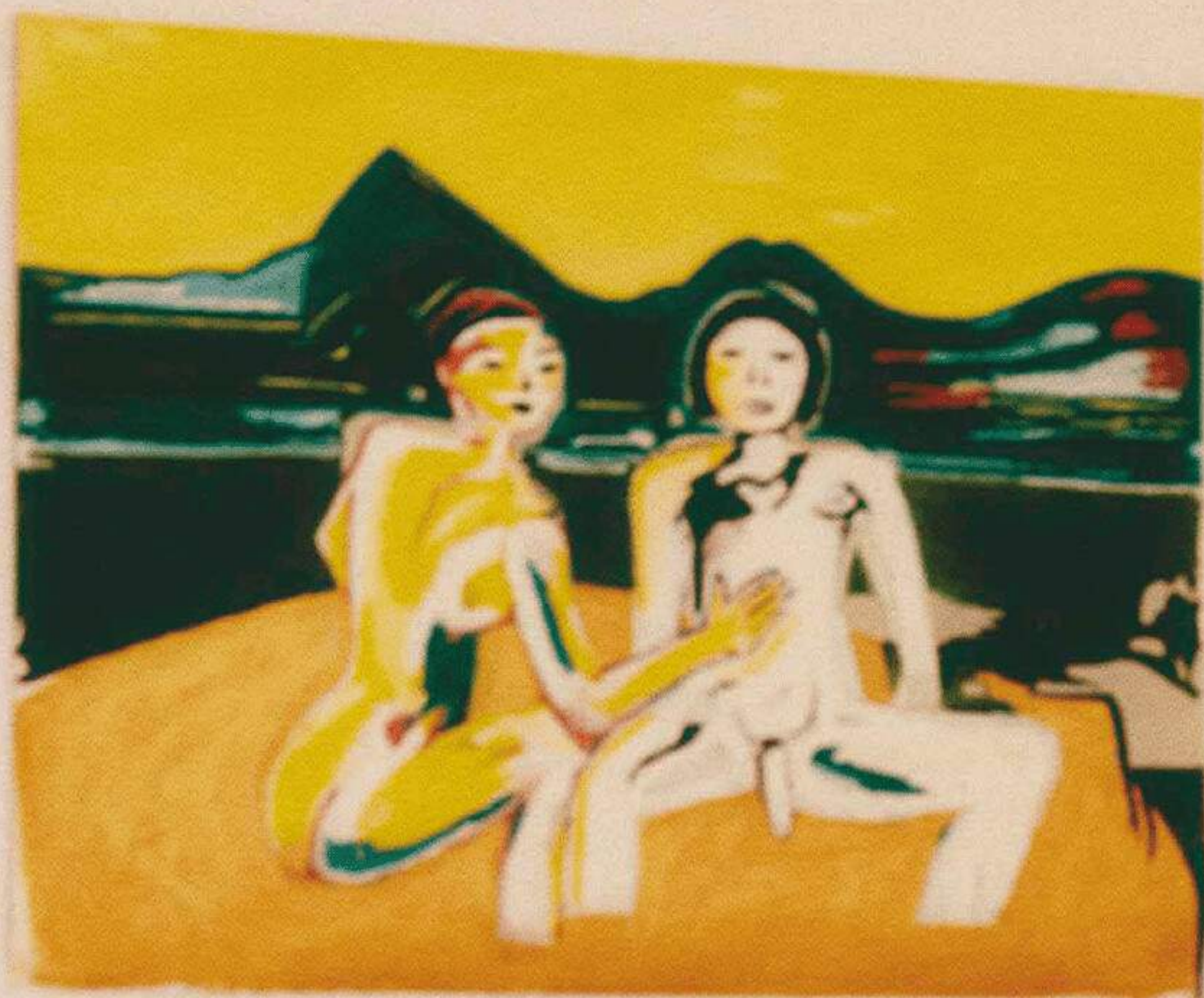
Lo primero fue buscar la localización. “En el centro es imposible tener un local grande. Este es el segundo que vimos. También nos venía muy bien porque el taller de Andrés Izquierdo [otro de los artistas que llevan] está cerca, así que nos interesaba esta zona, pero fue bastante aleatorio”, rememora Abaurrea. El espacio elegido es tan sencillo como carismático: un antiguo patio donde se agolpan algunos trastos que consiguen hacer creer a cualquier visitante que, de repente, se ha teletransportado a un pueblo y que es la antesala de un espacio lleno de posibilidades expositivas. “Nos gustaba el patio, el hecho de que el sitio no estuviera tan cerrado —como ocurre con la idea de *white cube*, que es muy de galería tradicional— y que hubiera sido antes un abrevadero de vacas, que era algo que le daba bastante carácter. La zona exterior y la altura del interior nos daban mucho juego y eran algo muy difícil de encontrar en el centro”, cuenta la socia del proyecto.

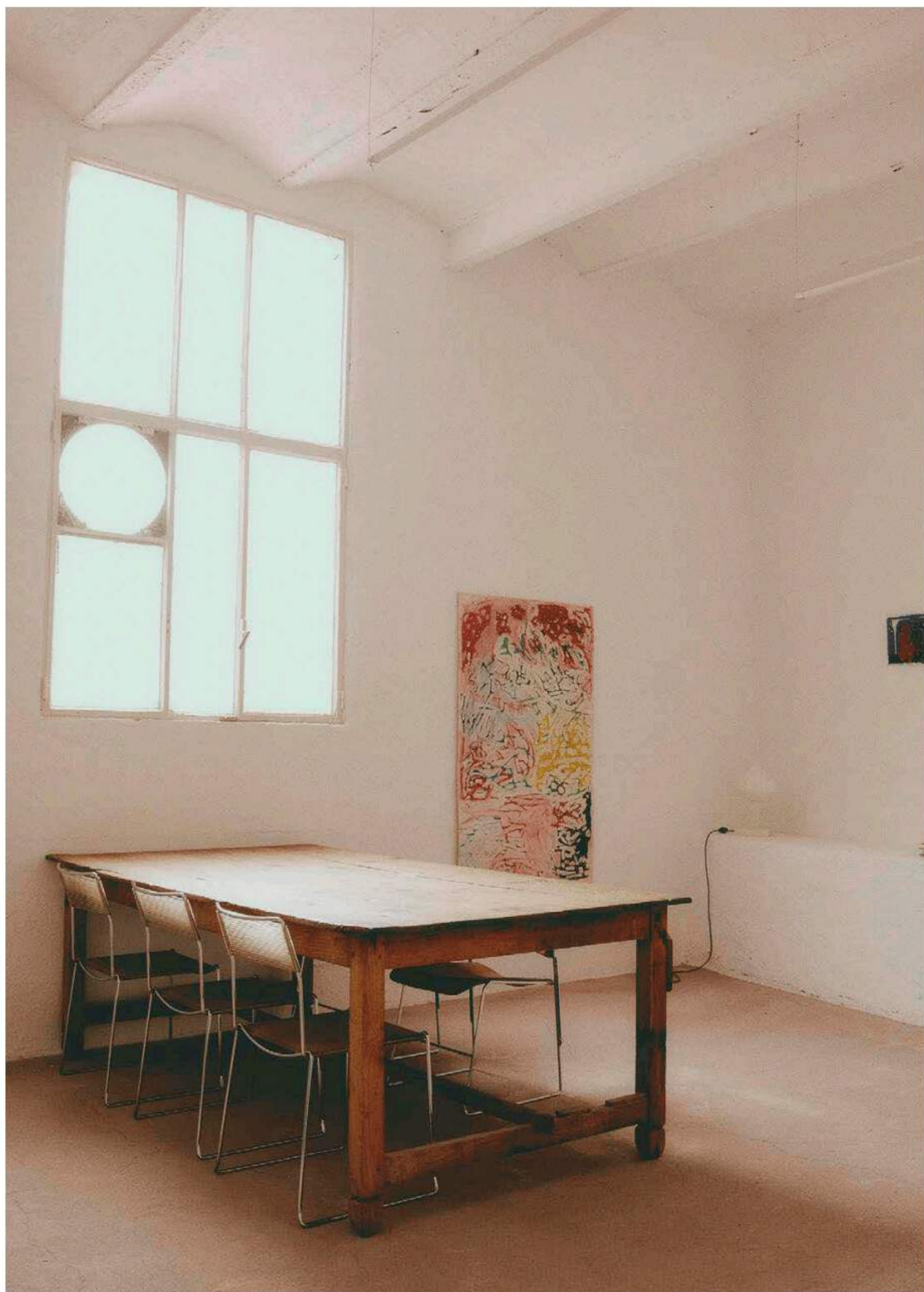
La ubicación, en uno de los barrios más populares de la capital, también ha hecho posible que Belmonte forme parte de la nueva escena creativa y artística que está revitalizando la zona de un tiempo a esta parte. Muchos de los agentes de dicha escena —incluidas Sol y Ana— han formado Círculo Carabanchel, una iniciativa que pretende ofrecer a los visitantes un circuito con actividades alternativas y enlazadas entre sí.

Desde este antiguo pilón con bóveda catalana que han convertido en su particular refugio artístico, Coronel de Palma y Abaurrea tratan de significar, promover y dar visibilidad al arte de varios creadores que comparten generación con ellas. “La más joven de todos los que representamos es Julia Creuheras, que es de 1995; y el mayor es Martín Llaveneras, que es de 1983. Pero en general son todos bastante jóvenes: Lucía Bayón es del 94, Andrés [Izquierdo] del 93, Augusta [Lardy] del 94”, confirma Abaurrea. Lo que es seguro es que con todos, independientemente del grado de veteranía de cada uno de ellos, han tendido unos lazos que trascienden lo profesional. “Cuando trabajas con un artista estableces una relación muy personal, representar a un creador no es simplemente hacer una exposición, sino hacer un seguimiento y un acompañamiento e ir creciendo juntos. Es un proceso bastante intuitivo, se da de una forma muy orgánica”, confirma la galerista.

Sin embargo, pese a la juventud de su cartera de artistas y lo rompedor de su localización, los referentes de la galería Belmonte son espacios expositivos que llevan tiempo establecidos y que se rigen por un patrón bastante tradicional de negocio. Sobre todo porque es el sistema imperante y del que es difícil salirse sin renunciar a formar parte del circuito galerístico. “Al final nos hemos acabado ciñendo a ese modelo porque es la única forma de enca-

En la página anterior, dos detalles de la galería: un rincón del interior con el techo de bóveda catalana y el encantador patio. En esta página, obras de Claudia Rebeca Lorenzo.





jar en una estructura que ya está diseñada. Por ejemplo, para asistir a las ferias (ARCO incluida) te piden unos mínimos de exposiciones al año, apertura al público, representación de artistas... Son unas condiciones que ya están fijadas y que nosotras no vamos a cambiar. Pero dentro de ese modelo prevalece nuestro criterio: cómo hacemos las cosas, el espacio que elegimos, nuestra forma de trabajar con los artistas...", reflexiona Abaurrea.

Al final la impronta de la galería Belmonte no tiene tanto que ver con superar un paradigma asentado, sino con impulsar un programa de iniciativas colaterales que secunden la vocación divulgativa del proyecto. "Hacemos muchas actividades paralelas a las exposiciones: charlas, *performances*, conciertos, lecturas de poemas...", explica Coronel de Palma. Un compromiso que confirma Abaurrea: "Nos ayuda a dar contexto a las muestras, porque nosotras las programamos, las montamos, las presentamos, las inauguramos y, a partir de ahí, simplemente se visitan. Así que es una forma de darle dinamismo al espacio, de que la gente se anime a venir y a entrar en contacto con otras personas".

Respecto al perfil del coleccionista que compra en Belmonte, este es bastante heterogéneo y no se ciñe a un retrato robot concreto. "A algunos los conocemos de otras galerías en las que trabajamos, otros –con los que hemos entrado en contacto en ferias o porque han venido de visita– han empezado a coleccionar hace poco; y por último, los hay que se han comprado una casa y nunca habían invertido en arte y están empezando ahora, cosa que también nos hace mucha ilusión. Al final nuestros precios suelen ser bastante asequibles ya que son artistas que están empezando", reconoce Abaurrea. Ese carácter diverso quizá también es fruto del trato que Sol y Ana brindan a aquellos que acuden a su espacio y que contribuye a forjar una relación más directa entre los clientes y los artistas lejos del cliché de un entorno intimidante para los no iniciados. "No somos la típica galería en la que entras

y nadie te recibe siquiera. Al contrario, intentamos explicar la exposición y acabar un poco con ese mito", explica Coronel de Palma. Unas palabras que secunda su socia: "Por supuesto el espacio tiene un carácter comercial y desarrollamos una actividad económica, pero la parte divulgativa también es muy importante: que quien se acerca conozca a los artistas y se vaya con la sensación de haber entendido lo que ha visto".

La pareja de emprendedoras afronta el inicio de año con un hito importante en la trayectoria de la galería Belmonte: su próximo debut en ARCO, que tendrá lugar del 5 al 9 de marzo. "Cuando llevas menos de dos años de actividad, no puedes aplicar a la feria, sino que vas por invitación de dos comisarios a la sección Opening. El año pasado lo solicitamos y no nos seleccionaron, pero este año sí", desvela feliz Abaurrea. El desembarco en la cita más importante del arte contemporáneo en nuestro país vendrá, como no podía ser de otra forma, de la mano de una de sus artistas: la escultora Lucía Bayón. "Haremos una combinación entre producción nueva y antigua, porque aunque nosotras invitamos a la galería a todos los coleccionistas que conocemos, ARCO es una plataforma de difusión mucho más grande que la nuestra y entramos en contacto con muchos que quizá no conozcan el trabajo de Lucía y está bien que el visitante pueda llevarse una idea general de su trabajo, no sólo de lo último, para entender la dirección en la que va", confirma sobre la monográfica que preparan para el evento.

Estos días el espacio se ha llenado del color de los dibujos y la escultura de Claudia Rebeca Lorenzo, la última incorporación a la cartera de Belmonte. "Lo que más disfrutamos es que los artistas vayan evolucionando a la vez que la galería. Eso es lo más gratificante del trabajo que hacemos", revela Sol. "Vamos creciendo juntos. Al final somos de la misma generación y eso también ayuda. Para muchos su primera exposición individual ha sido con nosotras. Crecer con ellos es muy emocionante", apunta Ana.

En la página anterior, el despacho de la galería y un detalle del patio. En esta página, Ana lleva sobrecamisa de EDWARD CUMING; pantalón de ZARA; sandalias de HEREU; y pendientes de TOUS 1950. Sol lleva jersey de GUEST IN RESIDENCE; pantalón de EDWARD CUMING; y mocasines de CHURCH'S.

Maquillaje y peluquería: Lucas Margarit (Another Agency) para Dior Beauty. Ayudantes de estilismo: María Requejo y Uxue Zuazo. Ayudante de producción: Patricia Cuadros.



“Cuando trabajas con un artista estableces una relación MUY PERSONAL, representar a un creador no es simplemente hacer una exposición, sino hacer un seguimiento y un acompañamiento, e ir CRECIENDO JUNTOS”.

Un *buen* momento

Solo era cuestión de tiempo. ANA RUJAS estrena en teatro 'La otra bestia' y arranca un 2025 que se adivina plagado de proyectos memorables e instantes para recordar que desgrana con ALBERTO SISÍ. Fotografía PEPE LOBEZ. Estilismo HELENA CONTRERAS.



Encontrarse con Ana Rujas (Madrid, 1989) durante estas semanas es hacerlo con una persona que parece enormemente feliz. “Estoy muy contenta y no puedo dormir casi de los nervios. Ando eufórica con todo”, reconoce delante de un té matcha, combustible más que justificado para todo lo que se le viene encima. “Vivo sin parar. De arriba para abajo. Acabo de llegar de ensayar y luego me voy a otra cita. Así cada día. Y recién llegada de Argentina”, cuenta. La actriz afronta la preparación en estos días de *La otra bestia*, una obra de teatro que se verá en Nave 10 Matadero, en Madrid, entre el 9 de enero y el 2 de febrero. Una propuesta con dramaturgia de José Martret y Pedro Ayose que saca todo el jugo al libro del mismo título, una colección de textos salvajes profundamente personales que Rujas publicó hace algo más de un año.

“Estoy entusiasmada porque lo que han conseguido a partir de lo que hablamos, de muchas reuniones y de grabaciones que me hicieron, es increíble. He añadido ahora incluso textos porque la producción sigue viva”, comenta la actriz sobre la que supone su vuelta a los escenarios tras dos años. Su última incursión fue *De algún tiempo a esta parte... Fracaso?*, de Max Aub, junto a María Pujalte. Aquello era un soliloquio con dos voces y esto, como se encarga de recalcar ella misma, no. “No quería estar sola ni hacer un monólogo. Busqué tener a dos actores en el escenario conmigo así que estará Joan Solé y el otro papel se lo van a turnar Teo Planell e Itzan Escamilla”, explica. “Deseaba hacer un personaje, no quería que fuera algo como *La mujer más fea del mundo*. Eso ya lo hice y tenía mucho que ver conmigo, con Ana Rujas y con la actriz que soy. Quería un personaje puro y duro”.



*Americana corta, de
BALENCIAGA; jersey de
lana, de MARIBAUDI;
falda y zapatos, ambos de
ACNE STUDIOS;
pendientes y collar Serpenti
Viper de oro blanco con
pavé de diamantes, ambos
de BVLGARI; y medias
de la estilista.*

*Camisa 'oversize' y top sin
mangas, ambos con cuello
chimenea, y falda tableada,
todo de CARVEN; y
pendientes de BVLGARI.*





*Abrigo de LOEWE; jersey de
BALENCIAGA; 'leggings' de
MARIBAUDI; sandalias de
SAINT LAURENT POR
ANTHONY VACCARELLO;
y pendientes Serpenti Viper
de oro amarillo con pavé de
diamantes, de BVLGARI.*

*Vestido asimétrico con capa
y detalles metálicos, de
ALAÏA; y pendientes
Serpenti Viper de oro
amarillo con pavé de
diamantes, de BVLGARI.*





*Jersey de cachemir, falda
de organdí con detalle de
plumas y bailarinas de
charol, todo de PRADA.*

“Va todo como un tiro, pero tengo una edad en la que tengo que DECIDIR si quiero ser MADRE. Me mueve todo y me lo planteo mucho”.

Es la propuesta sobre las tablas de *La otra bestia* una que parece que sorprenderá a quienes se acerquen a verla al patio de butacas. “Los amantes del cine van a ver una referencia muy concreta, no hay trampa ni cartón. Y, sí, nos hemos centrado en esa película, que es *Posesión*, de Andrzej Zulawski. También *Lo importante es amar*, del mismo director. Es un cineasta que nos ha inspirado mucho a los tres. Hay referencias visuales y va a haber una cámara en el escenario”, aclara la actriz. Fue el propio Luis Luque, director artístico de Nave 10 Matadero, el que se aproximó a ella sin darle mucha opción a negarse. “Directamente me dijo que me reservaba un hueco en la temporada siguiente”, admite entre risas. “Se ha dado la magia que sucede a veces”.

Además de no esconder su felicidad, Ana Rujas tampoco elude hacer mención cuando puede a la serie que, en sus propias palabras, ha cambiado por completo su trayectoria —“Es que es así. Realmente ha pasado”—. La actriz era una de las protagonistas, en el papel de Monserrat en su etapa de juventud, de *La mesías*, la producción de Los Javis que se convirtió el año pasado en una de las propuestas audiovisuales españolas más exitosas de todos los tiempos. No solo a nivel nacional, también en el resto del mundo. “Cuando nos juntamos, les digo que todo me está pasando gracias a ellos”, declara. “Julio Medem me llamó porque la vio. Mi representante me avisó de que quería reunirse conmigo y empecé a llorar. Es un director con quien toda mi vida he querido trabajar y le dije: ‘Te voy a decir que sí, me propongas casi lo que me propongas’”, admite todavía emocionada.

La intérprete rodaba la pasada primavera 8, una propuesta arriesgada del cineasta donostiarra en la que comparte protagonismo junto a Javier Rey. “Son ocho planos secuencia, ocho etapas, y se desarrolla durante ochenta o noventa años. Hago todas las épocas con Javier y se cuenta una historia de amor. Es de lo más difícil que he hecho, pero una vez entras ya está”, comparte. “Ha sido increíble. Tú sabes que estás en un cuadro del autor, que eres parte del lienzo y que hay que moverse al son que él quiera. Confías ciegamente y las reticencias son menos”, relata sobre la experiencia. “Esta película para mí es un cuento mágico. No es nada normal ni un guion normal, es lo que quiero hacer siempre. Julio me dijo que es uno de los finales más bonitos que ha rodado en su vida”, apunta. “En un momento dado me dijo que el combo [la pantalla donde se sigue en tiempo real lo que se rueda en set] no lo iba a ver más, estaba castigada”, comparte entre risas.

¿Tiene algo que ver esa obsesión por saber qué está pasando en el rodaje con su lado de creadora? “Tiene que ver con que yo estoy loca. Cada uno tiene sus cosas”, reconoce de nuevo entre risas. “Soy perfeccionista con el afán de mejorar. Julio Medem está dentro de ese grupo de directores con los que yo quería trabajar. Quería ser Najwa Nimri, Emma Suárez o Paz Vega”, admite ilusionada.

También a través de *La mesías* llegaron a Ana Rujas los creadores de *En el barro*, un *spin-off* de *El marginal*, una serie argentina de Netflix creada por Sebastián Ortega en la que encarna a una reclusa. Una villana como pocas. Una serie coral violenta y sucia que llevó a la actriz a vivir en el país latinoamericano durante el pasado invierno austral. “Vieron la serie y nos llamaron. Tu vieron que cambiar los guiones porque buscaban a alguien argentino”, cuenta. “No me esperabairme a Buenos Aires a rodar a una

cárcel en invierno. Fue una locura total. Me han hecho hacer de todo y soy la peor de todas”, reconoce divertida. “Soñaba con irme al extranjero. La situación allí es otra y la realidad es más salvaje. No hay tiempo para pensar tanto. Hay que llegar y hacer cosas de un nivel interpretativo altísimo y yo funciono bien bajo esa presión. Me ha quitado el miedo, quedé con mucha gente para proyectos y me parece minúsculo pensar en quedarme solo en España. Trabajar fuera resulta inspirador”, sentencia.

En algún momento entre esos proyectos rodó *La buena letra*, la adaptación a la pantalla de Celia Rico de la novela homónima de Rafael Chirbes. Consiguió, no sin cierta complicación, el papel de Isabel. “Fue un *casting* difícil. Hice muchas pruebas y Celia me dijo que no. Lloré esa negativa. Me moría. Me había leído a Chirbes y me fascinaba el personaje. Me lo curré y no”, comparte. “Pasó una semana, Eva y Yolanda [Leira y Serrano, directoras de *casting*] apostaron muchísimo por mí y al final me llamaron para darme ese ‘sí’. Después me contactó Celia para preguntarme si estaba enfadada con ella y claro que no, solo quería hacerlo”, expone. “Yo entiendo a Celia porque soy una persona como ella. Te cuenta sus dudas y no es omnipotente”.

Difícil no entender a la directora cuando Rujas prepara el que será su primer largometraje con producción de Suma Content, la compañía de, una vez más, Los Javis. La actriz se pone a los mandos de una película que se anunció antes del pasado verano como una de las grandes apuestas de Movistar Plus+. Una personalísima versión de *El desencanto*, el filme de Jaime Chávarri de 1976. “Un amigo mío me la enseñó, estaba pasando el covid y me quedé alucinada. Me preguntaba cómo no la había visto antes. Va a haber una esencia de ella, pero la idea tiene que ver con el poso que me dejó a mí este largometraje cuando lo vi”, introduce. “Yo soy actriz, no me atrevo a considerarme directora. Soy creadora y me gusta contar historias. Esta película la acabaré guiando y dirigiendo porque es como un hijo, pero soy actriz y por ello me guardo un papel, claro. A mí lo que más me gusta es actuar y no me escondo tampoco”. Por el momento, la cinta se encuentra en fase de escritura y las expectativas son altas tras el éxito de *Cardo*, la primera serie que también lleva su firma.

Todas estas buenas noticias han llegado a la vida de Ana Rujas en un momento clave. La actriz alcanzaba el pasado mes de mayo los 35 años, una cifra redonda y muy significativa en la vida de cualquiera. “Cumplirlos fue fuerte. Estoy en un muy buen momento en mi carrera, va todo como un tiro, estoy contenta, pero tengo una edad en la que, claro, piensas que tienes que decidir si quieres ser madre. Me mueve todo y me lo planteo mucho”, expone. Mucho han cambiado las cosas en apenas un par de años para una actriz que no quiere afrontar del todo el paso del tiempo. “¡Sigo siendo tan inmadura! Hay algo que no quiero perder. Si hubiera pensado más en ir a Argentina, por ejemplo, igual no lo hubiera hecho. Esa impulsividad quiero mantenerla. Sí creo que he madurado a la hora de no perder el tiempo con según qué cosas, qué gente y en qué proyectos. Eso me gusta”. “Mi corazón se queda con los que hablan con pasión como Javi Calvo, Javi Ambrossi, Julio Medem o mi padre cuando se refiere a su imprenta. Admiro a quien tiene pasión por ciertas cosas. La vida sin algo que te mueva el corazón no la puedo soportar”, concluye rotunda.



*Top de LOUIS
VUITTON; y
pendientes Serpenti
Viper de oro amarillo
con pavé de diamantes,
de BVLGARI.*

*Maquillaje y peluquería:
Ricardo Calero (Uno
Artists) para Salón 44,
Chanel y Oribe.
Ayudante de fotografía:
Marcos Jiménez.
Ayudante de estilismo:
Paloma Gutiérrez.*

LA DÉCADA FABULOSA

ANGELINA KENDALL *recorre un
bullicioso LONDRES recuperando la
estética SESENTERA de siluetas trapecio,
colores vívidos e irresistible osadía.*
Fotografía MIKAEL JANSSON.
Estilismo IB KAMARA.

Angelina Kendall
lleva vestido de
lentejuelas, de
LOEWE; medias
de EMILIO
CAVALLINI;
guantes de piel, de
MAISON FABRE;
y pendientes 'vintage'
de cristal, de
4ELEMENT.





*Corsé y falda, ambos
de MARNI; zapatos
de piel, de JIMMY
CHOO; gargantilla
de PANCONESI; y
brazalete de plata,
de CAMILLE
SURAULT.*





Chaqueta técnica de algodón y falda de tul con cuentas, ambas de DIOR; pendientes 'vintage', de 4ELEMENT; y pulseras de resina, de DINOSAUR DESIGNS.



*Vestido drapeado,
sandalias de piel y
pendientes, todo
de BOTTEGA
VENETA; cinturón
'vintage', de
4ELEMENT; y
pulseras de resina,
de DINOSAUR
DESIGNS.*





*Bodi de algodón
y falda con flecos,
ambos de MISSONI;
pendientes de SAINT
LAURENT POR
ANTHONY
VACCARELLO; y
pulseras de ALEXIS
BITTAR.*



Top, minifalda y gargantilla, todo de GUCCI; y pendientes de ALEXIS BITTAR.



*Chaqueta de cuero,
blusa y falda de
crepé, todo de SAINT
LAURENT POR
ANTHONY
VACCARELLO;
y pendientes de
LOUISE OLSEN,
en DINOSAUR
DESIGNS.*



*Abrigo de 'tweed',
zapatos con plataforma
y collar corto, todo
de CHANEL;
pantalón de algodón
y seda, de LORO
PIANA; sombrero de
fieltro, de KATE
NIKOLSON; collar
largo, de LOUIS
VUITTON; y
brazalete de ALEXIS
BITTAR.*

*Capa de organza
y vestido de
noche, ambos de
VALENTINO; y
pendientes de cristal,
de VALENTINO
GARAVANI.*





*Chaqueta, vestido de
organza con plumas
y zapatos, todo de
PRADA; calcetines
de FALKE; cinturón
de RALPH LAUREN
COLLECTION; y
pendiente de cristal,
de SWAROVSKI.*



*Chaqueta de seda,
de DOLCE &
GABBANA; máscara
de cuero con cuentas,
de J SMITH
ESQUIRE.*

*Peluquería: Anthony
Turner. Maquillaje:
Hiromi Ueda.
Manicura: Ama
Quashie. Diseño del
set: Samuel Overs.
Producción: Holmes
Production. Retoque
digital: Magnus
Bergqvist.
Agradecimientos:
Unit-C y Custom
House, EC3R.*



A mano ALZADA

*Con una propuesta que trasciende modas y etiquetas, la última ganadora del premio VOGUE FASHION FUND, TÍSCAR ESPADAS, ya planea el próximo capítulo de su personalísimo universo. Uno que, presiones aparte, perfila igual de libre que siempre. Fotografía GUILLE SÁNCHEZ. Estilismo BEATRIZ MACHADO.
Por NUALA PHILLIPS.*

*En la página anterior, la
diseñadora ubetense, Tíscar
Espadas. En esta página,
Luca Biggs con vestido
camisero, pantalón y gorro,
todo de TÍSCAR
ESPADAS.*



E

s difícil explicar el proyecto de Tíscar Espadas (Úbeda, 1993) a todo aquel que no lo haya visto de cerca. En la lejanía, podría parecer una firma de moda, pero lo que esta jienense propone va mucho más allá de un puñado de prendas. Su nombre aglutina todo un universo en el que los procesos no siguen ni el ritmo, ni los pasos habituales de la industria: aquí no hay temporadas, no hay tiempos apretados y, por no haber, no hay siquiera *moodboards* o patrones que luego den forma a prendas. En su lugar, Espadas parte de una de sus propias ilustraciones para luego descifrarse a sí misma sobre el maniquí. “Es casi como interpretar mi forma de dibujar para después, ya sí, pasar al 2D, los patrones y al modo de construir”, cuenta. “Para que te hagas una idea, antes me daban hasta miedo los tejidos, porque en el dibujo todo es homogéneo, se crean formas muy escultóricas... Ahora sin embargo me pasa al contrario: necesito ver las telas, me está encantando meterme más en la parte táctil, crear mi propio índice de materiales y trabajarlos como un lienzo”.

Pero para entender su acercamiento a este mundo –que ella misma apunta como prácticamente una casualidad– nada mejor que su propia visión de esta industria: “Amo la moda, pero detesto la moda”, sentencia entre risas dando un sorbo a su café en una mañana madrileña. Una afirmación que tal vez solo los que viven este negocio desde dentro entiendan al 100 %, pero que en su caso cobra especial relevancia si tenemos en cuenta que desde que comenzase su proyecto hace ya más de un lustro, ha logrado mantenerse en los márgenes del monstruoso engranaje que define el universo textil sin caerse de la rueda por el camino. “Es un sector que puede hacerme soñar, pero luego el mundo real es tan frívolo...”, apunta en este sentido. “Por eso muchas veces me he desencantado o he llegado a pensar: ‘¿Qué hago yo aquí?’. Si es que yo no hago moda, porque la moda al final *pasa de moda*. Pero al final es lo que sé hacer. Es mi lenguaje, mi forma de expresarme y, pese a todo, cada vez que abro o que cierro el estudio solo pienso: ‘¿Qué suerte tengo!’”.

Suerte, dice, es precisamente lo que le ha hecho llegar hasta donde está hoy. “Bueno, y también un poquito de trabajo y creencia”, bromea. “Tras estudiar en el IED de Madrid y pasar por Henrik Vibskov en Copenhague, hice dos años de máster en la Royal College of Art de Londres. Allí mucha gente tenía muy claros sus siguientes pasos: querían trabajar para una marca o crear su propia firma. Yo, sin embargo, estaba simplemente viendo qué salía de todo aquello. Recuerdo que, aunque fue duro, el segundo año me lo pasé especialmente bien y, de ahí, resultó mi primera colección, Capítulo I”, rememora. El resto, como suele decirse, es historia. “De repente, un día me contactaron de Japón por Instagram con un inglés macarrónico. Me decían que querían llevarse la colección a su *showroom* de Tokio y claro, yo al principio dije: ‘¿¿Qué??’. No les hice ni caso, vaya. Pero insistieron e insistieron y al final tras indagar un poco más, me lancé. Ahora pienso que gracias a que creyeron en mí desde el principio, he podido construirlo todo”.

Seis años y seis Capítulos después, Espadas no solo ha logrado dibujar su propio camino a golpe de ilustraciones y prendas, sino

que el pasado mes de octubre se alzó además con el premio Vogue Fashion Fund que *Vogue* España entrega de la mano de Inditex. Un reconocimiento gracias al cual ahora planea ampliar equipo y horizontes. “A veces me da un poco de vértigo porque yo soy de ir lento y me agobia que la gente se espere algo muy grande”, confiesa tímida. “Quiero utilizar bien este presupuesto porque por fin es un cimiento para construir. Este año quería cambiar los tiempos en que presentamos las colecciones para hacer más grande la de invierno. Además, me encantaría tener a alguien en el estudio que trabaje conmigo, porque al final, haciéndolo todo yo, estoy limitada”.

Y es que hasta ahora, Espadas dibujaba, diseñaba, patronaba, cosía las prendas y las comercializaba ella misma, con la ayuda de su pareja y socio. “Es difícil porque no puedes ser la mejor en todo”, reconoce. “Además, nuestra ropa es complicada, porque para entenderla muchas veces hay que verla en persona. En una web no puedes transmitir todo el detalle y el proceso que hay detrás”.

No en vano, todo aquel que haya tenido el privilegio de adentrarse en sus creaciones sabe que, en el caso de Tíscar, la prenda es solo una consecuencia más de un proceso creativo en el que lo realmente relevante son los personajes que ella misma construye. Un imaginario que cobra especial sentido cuando habla de su infancia: “Crecí rodeada de mucha libertad y sensibilidad. Mi abuelo era un hombre del Renacimiento (actor, pintor...), mi padre es escultor (Antonio Espadas) y mi madre maestra, así que siempre me han apoyado. Hoy, cuando creo mis piezas visualizo personajes, los dibujo y luego llevo todo eso a la vida real. Por eso siento que las prendas no están completas hasta que alguien las viste y las hace suyas”, desgana. Piezas que, por cierto, no apelan directamente al mundo masculino, como se ha dicho en alguna ocasión, sino que en su caso, la idea es siempre que todo aquel que quiera pueda habitarlas. “Es cierto que cuando dibujo, suelo esbozar rasgos masculinos porque me sugieren cierto misterio. Pero cuando yo empecé, nunca tuve especial interés porque la ropa fuese de hombre. No me gustan nada las etiquetas y me emociono igual viendo mis diseños en un chaval joven que nos busca, que en una señora que se enamora de un abrigo en nuestra tienda”.

Precisamente esa gente de a pie es la que más fascina a la diseñadora que, sin ir más lejos, selecciona a sus modelos también de este modo. “A Kamil Dawid Sznajder, que es el modelo con el que trabajo siempre, lo vi en la cola de una exposición y pensé que podría ser uno de mis dibujos. Desde entonces, nos hemos convertido en familia y colaboro con él a menudo”, explica. “Tengo la suerte de contar con mucha gente que cree en mi visión”. Ese optimismo que derrocha se transmite en sus prendas, pero también en su propio negocio y, sobre todo, en su filosofía. “Yo disfruto todos los días con lo que hago. El día que no disfrute, ¿para qué lo voy a hacer? Pienso a menudo en lo afortunada que soy y en el privilegio de tener el apoyo de tanta gente que quiere que construya algo. Eso es lo que más me emociona...”, dice antes de romper en una carcajada: “¡Hay días que lo pienso y hasta lloro!”.

*En esta página, camisa,
pantalón-delantal
y bufanda, todo de
TÍSCAR ESPADAS.*





*“No me gustan nada las ETIQUETAS
y me emociono igual viendo
mis DISEÑOS en un chaval joven
que nos busca, que en una señora
que se enamora de un abrigo de
repente en nuestra tienda”.*

*En la página anterior,
camisa vaquera y abrigo. En
esta página, camisa,
pantalón y gorro. Todo de
TÍSCAR ESPADAS.*



“Este es un sector que puede hacerte soñar, pero luego el mundo real es tan FRÍVOLO... Por eso muchas veces me he desencantado o he llegado a pensar: ‘¿Qué hago yo aquí?’ Si es que yo no hago MODA, porque la moda al final pasa de moda (sic)”





*En la página anterior,
pantalón y jersey. En
esta página, camisa,
chaleco y pantalón. Todo
de TÍSCAR ESPADAS.*

*Maquillaje y peluquería:
Ricardo Calero (Uno Artists)
para Salón 44, Chanel
y Oribe. Ayudante de
fotografía: Edu Orozco.
Ayudante de estilismo: Diego
Serna. Modelo: Luca Biggs
(Premier). Agradecimiento:
Marta Cerámica.*

DE
Ayer
Y DE
hoy

*Las 'TOP MODELS' que
conquistaron la pasarela en los 'dosmiles'
regresan hoy a las calles de PARÍS
enfundadas en chaquetas de pelo, pantalones
vaqueros y bolsos de ensueño.*

Fotografía ANTHONY SEKLAOUI.

Estilismo ALASTAIR McKIMM.



Natasha Poly lleva cazadora de cuero B-3, de SCHOTT; camiseta de tirantes, de STELLA McCARTNEY; vaqueros de cintura alta, de POLO RALPH LAUREN; y bolso Arcadie y cinturón de piel, ambos de MIU MIU.



Cameron Russell lleva gabardina, botines Avenue y bolso Modu Flap Chain de piel, todo de BALENCIAGA; camiseta de MOTHER; y vaqueros 'vintage' 505, de LEVI'S.

*Isabeli Fontana lleva chaqueta
y 'shorts' de piel reciclada,
bolso Aventure de napa y
cinturón, todo de MIU MIU;
y camiseta de MOTHER.*







*Iselin Steiro lleva abrigo y
minibolso, ambos de PRADA;
camiseta de MOTHER;
y vaquero de A.P.C.*



*Caroline Trentini lleva
chaqueta de algodón
y vaqueros, ambos de
DSQUARED2;
y bolso Blondie de ante,
de GUCCI.*



*Joan Smalls lleva cazadora de
lana, de BALENCIAGA;
vaqueros 'vintage' 501,
de LEVI'S; y bolso Arqué de
piel, de PRADA.*



*Iselin Steiro lleva chaqueta
de ante, de GUCCI; camiseta
de MOTHER; bolso Arqué
estampado, de PRADA;
y vaqueros de A.P.C.*



Isabeli Fontana lleva vestido de algodón con cinturón y bolso Flamenco, todo de LOEWE; y botas de piel, de VALENTINO GARAVANI.

Peluquería: Olivier Schawwalder. Maquillaje: Mark Carrasquillo. Manicura: Lora de Sousa. Ayudantes de estilismo: Ella Marciano, Théo Lebon, Taylor Wood. Producción: White Dot Production. Modelos: Cameron Russell, Caroline Trentini, Isabeli Fontana, Iselin Steiro, Joan Smalls y Natasha Poly.

Lluvia de ESTRELLAS

El primer 'it bag' de la historia, el bolso BAGUETTE de FENDI, al que SILVIA VENTURINI diese forma en 1997, vuelve a cambiar de piel (esta vez por lona) en un nuevo diseño VIVAZ y colorista, bordado con el logo ideado por KARL LAGERFELD.

Mini Baguette de lona con motivo FF en relieve bordado en hilo multicolor, de FENDI, ya a la venta en su nueva tienda de Madrid (Ortega y Gasset, 6).





DESDE
1961

ALTA JOYERÍA
CON HISTORIA



Colección Venus

PERODRI.ES

@PERODRIJOYEROS

PERODRI

MADRID

BILBAO

SANTANDER

VITORIA

LEÓN

BURGOS



LA CLAVE DE LA PERFECCIÓN

Se dice que es un sonido que todo el mundo reconoce.

Pero eso solo es evidente cuando lo escuchamos, porque es totalmente indescriptible. No lo definen los instrumentos hechos a medida y nacidos de una tradición artesana que trasciende el tiempo, ya sean trompas, triángulos, timbales de piel u oboes antiguos. Tampoco los músicos y su habilidad para llenar la partitura de vida y fusionarse los unos con los otros. Ni tampoco la energía y destreza que derrochan al tocar *Dynamiden* de Josef Strauss acelerando un tiempo y ralentizando el siguiente. Con ese extraordinario sonido, que se ha desarrollado a lo largo del tiempo con herramientas únicas y multitud de talentos, la Filarmónica de Viena nos invita a sumergirnos en el ritmo, unirnos a la armonía... **y disfrutar de la perfección.**

#Perpetual



OYSTER PERPETUAL DAY-DATE 36



RELOJ EXCLUSIVO
DE LA FILARMÓNICA DE VIENA





DA ASESORAMIENTO ASESORAMIENTO ASESORAMIENTO ASESORAMIENTO

GRUPA CONEJERÍA GRUPA CONEJERÍA GRUPA CONEJERÍA GRUPA CONEJERÍA

o de pasdel Grupo de pasdel Grupo de pasdel Grupo de pasdel Grupo

o,ano@engatorio,ano@engatorio,ano@engatorio,ano@engatorio

gatorio,ano@engatorio,ano@engatorio,ano@engatorio,ano@engatorio